

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

*ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS*



**“GESTIÓN DE ALMACÉN Y EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE
LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L. DE LA
CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016”**

Tesis para optar el Título Profesional de

CONTADOR PÚBLICO

ELABORADO POR

FRANZ GERMÁN FALCÓN INOCENCIO

DOCENTE ASESOR

MG. LUIS TARAZONA CERVANTES

HUÁNUCO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso, por darme la vida, por guiarme siempre por el buen camino, por darme amor y felicidad, por brindarme sabiduría y fortaleza para lograr mis metas.

A mis padres; GERMÁN y YOLANDA, por su amor y apoyo incondicional que siempre me dan; cuyo gran anhelo es ver convertirme en un gran profesional y ejemplo para mi familia.

A mis queridos hermanos; Khiara, Franchesco y Fabricio, porque son mi motor y mi más grande motivo para alcanzar mis metas en mi desarrollo profesional, y salir adelante pese a las adversidades que se presenten en busca de la felicidad.

A mi ejemplar compañera de la vida, quien en todo momento estuvo a mi lado motivándome para que todo esto salga bien y lograr juntos de la mano nuestros objetivos trazados.

AGRADECIMIENTOS

- ✚ A la Universidad de Huánuco, en especial a la Escuela Académica Profesional de Contabilidad y Finanzas, por el privilegio de habernos formado profesionalmente.
- ✚ A mis padres por todo su apoyo incondicional que me brindaron.
- ✚ A los docentes de la Escuela Académica Profesional de Contabilidad y Finanzas, quienes contribuyeron en mi formación profesional, en especial a los que participaron en el Curso de Actualización y Titulación Profesional CATP 2017 – I.
- ✚ Al CPC. Mg. Luis Tarazona Cervantes, por su orientación y asesoramiento profesional durante la realización del presente trabajo de investigación.
- ✚ Al señor empresario Gustavo Martínez Blanco, por permitir y darme la facilidad de desarrollar el trabajo de investigación de su empresa comercial de la ciudad de Huánuco.
- ✚ A mis compañeros del Curso de Actualización y Titulación Profesional de la Escuela Académica Profesional de Contabilidad y Finanzas, con quienes compartí momentos gratos.

INDICE

Portada	
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice	iv
Introducción	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. Descripción del problema	9
1.2. Formulación del problema	12
1.3. Objetivo general	12
1.4. Objetivos específicos	12
1.5. Justificación de la investigación	13
1.6. Limitaciones de la investigación	14
1.7. Viabilidad de la investigación	14
II. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación	15
2.2. Bases teóricas	22
2.2.3. Información de la Empresa	43
2.3. Definiciones conceptuales	44
2.4. Sistema de Hipótesis	46
2.5. Sistema de Variables	46
2.5.1. Variable dependiente	46
2.5.2. Variable independiente	46
2.6. Operacionalización de Variables	47

III.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1.	Tipo de investigación	48
3.1.1.	Enfoque	48
3.1.2.	Alcance o nivel	48
3.1.2.	Diseño	49
3.2.	Población y muestra	50
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.4.	Técnicas para el procesamiento de la información	51
IV.	RESULTADOS	
4.1.	Procesamiento de datos	52
4.2.	Contrastación de hipótesis general	74
4.2.1.	Contrastación de hipótesis específicas	75
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
	CONCLUSIONES	80
	RECOMENDACIONES	82
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
	ANEXOS	85
	Anexo 01: Matriz de Consistencia	86
	Anexo 02: Cuestionario	87
	Anexo 03: Organigrama	89
	Anexo 04: Ficha de Validación de Instrumento	90
	Anexo 05: Notas de crédito otorgadas	91
	Anexo 06: Notas de crédito concebidas	93
	Anexo 07: Kardex	95
	Anexo 08: Solicitud de permiso para realizar la encuesta	96

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado **“GESTION DE ALMACÉN Y EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARTÍNEZ E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO”**; se orientó a dar respuesta a la interrogante:

¿De qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco? Para tal efecto se puso a prueba la siguiente hipótesis **“La gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco”**. En ese sentido el objetivo del presente trabajo fue determinar de qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

El diseño muestral empleado corresponde a una investigación no experimental, en su forma de investigación descriptiva, dado a las características de las variables e indicadores propuestos en las hipótesis. Bajo este contexto, se elaboró un instrumento de medición, dirigido a los trabajadores del área de almacén y distribución de la empresa comercial de Huánuco.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó fuentes bibliográficas y fuentes electrónicas. Al realizar la investigación se encontró algunas limitaciones como la falta de información bibliográfica y la falta de recursos económicos.

En los resultados obtenidos de la investigación, se determina que efectivamente la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco, ya que una buena gestión de almacén mejora las funciones de los trabajadores y permite que se pueda cumplir los objetivos trazados, y contribuyen a mejorar el proceso de distribución.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Gestión de Almacén y el Proceso de Distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco” donde el problema fue de qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa en mención, el objetivo principal fue determinar de qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. Para el trabajo se encuestaron a 10 trabajadores (2016) utilizando un cuestionario compuesto por 22 ítems de 2 opciones de respuesta; para su procesamiento porcentual de datos se utilizó el programa Microsoft Excel. Los resultados indican que la gestión de almacén influye en el proceso de distribución (80%); lo que indica que no existe una buena gestión de almacén dentro de la empresa. El desarrollo de la planificación y organización, la dirección y el control en la gestión de almacén influyen en el proceso de distribución (70%) de la empresa comercial. Se concluye, señalando que los resultados obtenidos son válidos únicamente para la empresa comercial ubicada en la ciudad de Huánuco, cuya característica principal es mejorar el sistema de gestión de almacén y desarrollar con eficiencia el proceso de distribución.

Palabras clave: Gestión de almacén, Proceso de Distribución, Control.

ABSTRACT

This research work called "Warehouse Management and the Distribution Process of the Distribuciones Martínez E.I.R.L. Of the city of Huánuco "where the problem was how the warehouse management influences the distribution process of the company in question, the main objective was to determine how the warehouse management influences the process of distribution of the company Distribuciones Martínez EIRL Of the city of Huánuco. For the work, 10 workers (2016) were surveyed using a questionnaire composed of 22 items of 2 response options; For its percentage processing of data the Microsoft Excel program was used. The results indicate that warehouse management influences the distribution process (80%); which indicates that there is no good warehouse management within the company. The development of planning and organization, management and control in warehouse management influence the distribution process (70%) of the commercial company. It is concluded that the results obtained are valid only for the commercial company located in the city of Huánuco, whose main characteristic is to improve the warehouse management system and to efficiently develop the distribution process.

Key words: Warehouse management, Distribution process, Control.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Para controlar una actividad se hace necesario trazarse metas y establecer planes, y así poder evaluar los resultados. El control debe estar presente en cualquier actividad que se desarrolle; sería un error considerarlo solamente en el campo contable, no se puede limitar a ese marco, sino que debemos pensar en él como un sistema integrador, que incluye todos los procesos. Es oportuno resaltar que la empresa que aplique controles internos en sus operaciones, conocerá su situación real, de ahí la importancia de tener una planificación capaz de verificar que los controles se cumplan, para darle una mejor visión sobre su gestión. (Caraballo, 2015)

Asimismo, dentro de una organización es un hecho indiscutible la necesidad de profundizar en los sistemas de información y control, para que estos perfeccionen el proceso y permita desarrollar los objetivos trazados en las áreas de gestión, operativas y de control. Esto se basa en el hecho de que a través de estos sistemas se facilitan la comunicación interna y externa en forma dinámica, permitiéndole a cada organización ejecutar con mayor eficacia y eficiencia las actividades que realiza.

Ahora bien, en el Perú la gran mayoría de empresas comerciales, no tienen definido un sistema de gestión organizado en el área de almacén, es probable que se deba a que la gerencia no presta la atención necesaria en este aspecto; el cual permita establecer con claridad, las funciones de autorización, supervisión, custodia, registro y control en los procesos de almacenaje y despacho de los productos, debiéndose abordar con urgencia este tema para que las empresas comerciales del Perú diseñen y apliquen un conjunto de medidas de implementación con el fin de determinar la influencia de la gestión en el área de almacén. (Zapata & Gerardo, 1997, citado por Zavaleta, 2013).

Es importante mencionar que todos los departamentos o áreas que conforman una empresa son importantes, pero las existencias del departamento de almacén son las partidas más importantes en una empresa comercial, de dicha área depende el éxito de la entidad, es decir, debe ejercerse un grado de control adecuado pues si se adquiere cantidades innecesarias de recursos (mercaderías), el descontrol, abrirá paso a las mermas, los desmedros, la desvalorización de existencias, el hurto y desperdicios de estas.

Por lo que es importante conocer el tema sobre gestión de almacén, para poder optimizar el control interno en la gestión de la empresa. Cabe precisar que, La gestión de los almacenes es un elemento muy importante para lograr el uso impecable de los recursos y capacidades del almacén dependiendo de las características y la dimensión de los productos al almacenar (Poirier y Reiter, 1996).

Es importante considerar también el control de inventarios, ya que de ello también depende la eficiente gestión de almacén en las empresas comerciales, para así poder realizar una distribución de productos optima y contar con una buena posición en el mercado.

El control de inventarios es un mecanismo fundamental en la administración moderna, ya que esta permite a las compañías y organizaciones conocer las cantidades existentes de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las empresas. (Orlando Espinoza, 2011).

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de venta hasta el lugar en el que esté disponible para el consumidor final, en las cantidades precisas, en buenas condiciones de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Thompson, 2007).

El problema que afronta la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco, es que no cuenta con una eficiente gestión de almacén, ya que se encuentran dificultades al recepcionar y almacenar los productos, y por consiguiente al momento de realizar la distribución de los productos también se encuentran faltantes, caducidad y deterioro de los productos, lo cual incurren directamente en la gestión de la empresa, y limitan a que no se pueden cumplir con los objetivos trazados.

En consecuencia se ha visto conveniente realizar los análisis respectivos de la gestión de almacén en el proceso de distribución, que permitan mejorar la gestión de almacén interna y a su vez evaluar constantemente sus respectivos procedimientos como una forma de evitar pérdidas económicas y financieras.

1.2. Formulación del problema

Problema general

¿De qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?

Problemas específicos

- ¿De qué manera la Planificación y Organización influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?
- ¿De qué manera la Dirección influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?
- ¿De qué manera el Control influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?

1.3. Objetivo general

Determinar de qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

1.4. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera la Planificación y Organización influyen en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.
- Determinar de qué manera la Dirección influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.
- Determinar de qué manera el Control influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

1.5. Justificación de la investigación

Justificación Práctica

El presente trabajo de investigación, busca determinar los factores que influyen en la gestión de almacén de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco, definiendo los mecanismos más adecuados para el desarrollo empresarial de la empresa comercial.

Justificación Teórica

La importancia de esta investigación recae en la oportunidad de presentar una alternativa de solución a la problemática que afronta la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco, por la gestión de almacén deficiente que presenta, y que a su vez dificulta el proceso de distribución. También será de gran utilidad desarrollar esta investigación ya que contribuirá al desarrollo empresarial y posicionamiento de la empresa en el mercado, asimismo servirá a otras empresas del mismo rubro.

Justificación Metodológica

Para lograr los objetivos de estudio, se utilizó la técnica de investigación como es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario, y su procesamiento de datos. Por lo que la alternativa planteada sería la aplicación de una adecuada gestión de almacén para la mejora del área en mención, y la incidencia positiva que tendrá sobre los procesos y funciones de distribución de la empresa, ya que mediante una eficiente gestión en el almacén contribuirá a un mejor logro de los objetivos propuestos por la empresa.

1.6. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que se presentaron durante el proceso de investigación, fueron variados como:

- La información bibliográfica, se redujo por falta de bibliotecas especializadas.
- El acceso a la población muestral, lo que pudo ocasionar el rechazo y la falta de cooperación para brindar información.
- La carencia de recursos económicos, imprevistos que pudieron alterar el plan de trabajo y labor del investigador.

1.7. Viabilidad de la investigación

La ejecución del presente trabajo de investigación es factible por los conocimientos básicos que se conoce de la empresa, además porque cuenta con las características de la investigación realizada, por lo que se puede decir que con el desarrollo de la investigación se obtuvo los resultados que se esperaba conocer.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Título : Diseño de un modelo de gestión para el control de inventarios y distribución física del almacén de productos en la Empresa Distribuidora Colombia LTDA.

Autor : Víctor Alfonso Bello Mejía; Javier Alfonso Caro Llerena

Universidad : Universidad de Cartagena - Colombia

Año : 2011

Conclusiones :

- El objetivo de tener un diseño de gestión de control de inventario y una eficiente distribución física radica en una serie de parámetros a seguir por parte de la organización, con el fin de tener un mayor desempeño en la productividad y de esta forma ser más competitivo frente al entorno donde se desarrolla la empresa.
- La deficiente gestión en el proceso de administración de inventarios origina a las organizaciones costos adicionales que son reflejados directamente en su situación financiera, para evitar que esto suceda es necesario diseñar un modelo de control y distribución que permita mantener a la empresa Distribuidora Colombia Ltda., un inventario óptimo.
- En el desarrollo del proyecto se hizo uso del método de clasificación ABC en la empresa, el cual le es útil a la hora de saber que productos

generan mayor utilidad, y posteriormente brindar un mayor control sobre estos. Para la categoría tipo “A”, corresponden los productos más importantes tanto en rotación como costos, por tal razón se requiere aplicar políticas estrictas de control, los productos Tipo “B” forman parte del intermedio de la categoría, requieren controles menos estrictos con relación a los tipo “A”, y por último los tipo “C”, corresponde aquellos productos de menor peso de participación en el inventario, los cuales deben ser manejados con políticas de control normales y económicas.

- Dentro del modelo de gestión de inventario, se hizo uso de cálculos, los cuales ayudan a la empresa a observar con que cantidades óptimas puede abastecerse y que stocks de seguridad debe mantenerse, para así evitar pérdidas de clientes.
- Para la distribución física se hizo necesario presentar alternativas de distribución de los productos, los cuales fueron contenidos en un nuevo diseño efectuado al diseño actual. La primera distribución se basó en la clasificación ABC, colocando los productos tipo “A”, en la parte delantera de la bodega, seguidos de los tipo “B” y finalmente los tipo “C”, dicha distribución trae ventajas como son; aumento del control sobre los productos que generan mayor utilidad a la empresa, fácil acceso al momento de buscar y despachar los productos.
- La segunda distribución se desarrolló teniendo en cuenta los proveedores de la empresa, a los cuales se le asignó un número a cada uno de ellos, posteriormente se analizó la rotación por empaques y se procedió a la ubicación de los proveedores que presentan de mayor a menor rotación de empaques. En este se obtuvieron los siguientes beneficios; mayor control a la hora de contar los productos por proveedor y así darle mayor control y la ubicación única de los proveedores, pero presenta algunas desventajas con respecto al no contar con una ubicación conjunta de todos aquellos

productos que generan mayores ingresos a la empresa y ahorro de tránsito para la búsqueda de mercancías.

- Por último, el establecimiento de indicadores es un mecanismo importante para asegurar, controlar y mejorar continuamente los procesos operativos dentro del área de almacenamiento. Los propuestos para la empresa Distribuidora Colombia Ltda., fueron indicadores de servicios, inventarios y de almacenamiento.

Título : Sistema de Control Interno y Gestión de Inventario en el Almacén de Pinturas PINTUIMPORT en la Ciudad de Santo Domingo.

Autor : Jessica Andrea Morales Chimbo

Universidad : Universidad Regional Autónoma de los Andes – Ecuador

Año : 2016

Conclusiones :

- La investigación realizada al Almacén de Pinturas Pintulmport ha permitido conocer la falta de políticas, procedimientos, código de ética que permitan al personal realizarse de la mejor manera en sus funciones y puedan crecer como empresa.
- La empresa actualmente no dispone de un debido sistema contable, el mismo que permita conocer los materiales en stock, saber los materiales que se necesitan en bodega y poner cumplir con las necesidades del cliente en el momento en que se realice la compra.
- La ejecución de este sistema debe ser eficiente y constante de manera en que se pueda mejorar el registro de entradas, salidas de la mercadería en bodega y permita el mejoramiento en general de la empresa.

- En el almacén no se ejecuta inventarios físicos de la mercadería de manera constante, a pesar de que los mismos juegan un papel muy importante en la empresa y necesitan que este procedimiento sea perfeccionado, este control se lo debe ejecutar con el objetivo de brindar una herramienta para el desarrollo eficiente de la empresa.

A nivel nacional

Título : El sistema de control interno y su incidencia en la mejora de la gestión de almacén de la Empresa Constructora Corporación Omega Contratistas Generales S.A.C.

Autor : Sandra Evelyn Florián Rivera

Universidad : Universidad Nacional de Trujillo

Año : 2016

Conclusiones :

- El sistema de control interno que usaba el área de almacén de la empresa era obsoleto ya que no se realizaba la debida evaluación para tener conocimiento del estado del control interno del área en mención.
- Se analizó la situación actual del área de almacén de la empresa Corporación Omega Contratistas Generales SAC y se encontró un mal funcionamiento del sistema de control interno del área en mención.
- Se hallaron carencias de documentos de gestión, procedimientos obsoletos, personal sin la capacitación necesaria y un ambiente de almacén desorganizado, para lo cual se diseñó y aplicó un nuevo sistema de control interno.

- Se evaluaron los resultados del nuevo sistema de control interno implementado a través de un post test aplicado al personal del área de almacén, el cual evidenció que hubo una mejora significativa en el manejo del área del almacén debido al diseño de procesos los cuales ahorran tiempo y las políticas implementadas que hacen de conocimiento a los trabajadores sus puestos y funciones.

Título : Sistema de control interno operativo en almacenes para mejorar la gestión de inventarios de la Empresa Agropecuaria Chimú S.R.L. de la ciudad de Trujillo.

Autor : Milagros Elizabeth Coragua Rodríguez

Universidad : Universidad Nacional de Trujillo

Año : 2016

Conclusiones :

- Un adecuado sistema de Control Interno Operativo, a través de políticas y procedimientos operacionales en forma coordinada para los almacenes, permite conseguir como resultado una eficiente Gestión de Inventarios en la Empresa Comercial Agropecuaria Chimú SRL.
- El personal encargado de los almacenes tiene un nivel de capacitación bajo en cuanto al trabajo que realizan, por lo que están en proceso de aprendizaje gracias a las capacitaciones otorgadas por la empresa, existiendo un alto grado de compromiso con la labor que desempeñan dentro de la misma.
- La falta de equipos y maquinas en los almacenes, dificulta la eficiente realización de las funciones y procedimientos establecidos. Por ello, la inversión destinada a estos equipos permitirá que la Gestión en los

almacenes sea más efectiva en cuanto a recepción, despacho y almacenaje de la mercadería.

- Un adecuado Sistema de Control Operativo en almacenes, influye positivamente, pues al tener una adecuada Gestión de Almacenes, las áreas de Logística y Ventas pueden desarrollar de manera más eficiente sus funciones. Así también, el área de Contabilidad puede elaborar sus Estados basándose en información real y correcta y con ello la Gerencia General podrá realizar una correcta toma de decisiones.

A nivel local

Título : Gestión logística y control de almacén en inversiones KANAZAWA S.C.R.L.
Autor : Antonio Donato Perfecto Sosa
Universidad : Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco
Año : 2013

Conclusiones :

- Con el uso de técnicas de recolección de información, tales como observación directa, entrevista no estructurada y aplicación de encuesta, a fin de determinar las condiciones actuales y problemáticas existentes en INVERSIONES KANAZAWA S.C.R.L., dieron a conocer que la posición de este departamento se ubica en el nivel 2; lo cual quiere decir, que a escala general esta organización se caracteriza por la falta de precisión en la aplicación de políticas de inventario y consecuentemente la falta de un control de gestión efectivo.

- Después de analizar y observar las realidades empresariales, para el control de almacén, se dio la necesidad de implementar un sistema de control de acuerdo al avance de la tecnología para los negocios y el registro en los almacenes, caso Kanazawa SCRL.
- A través de la utilización de herramientas de Gestión Logística de la empresa de la muestra en la Merced, utilizando encuestas y entrevistas se determinaron las debilidades, para luego desarrollar un esquema lógico que permitiera mejorar la eficacia, eficiencia y operatividad de las funciones.

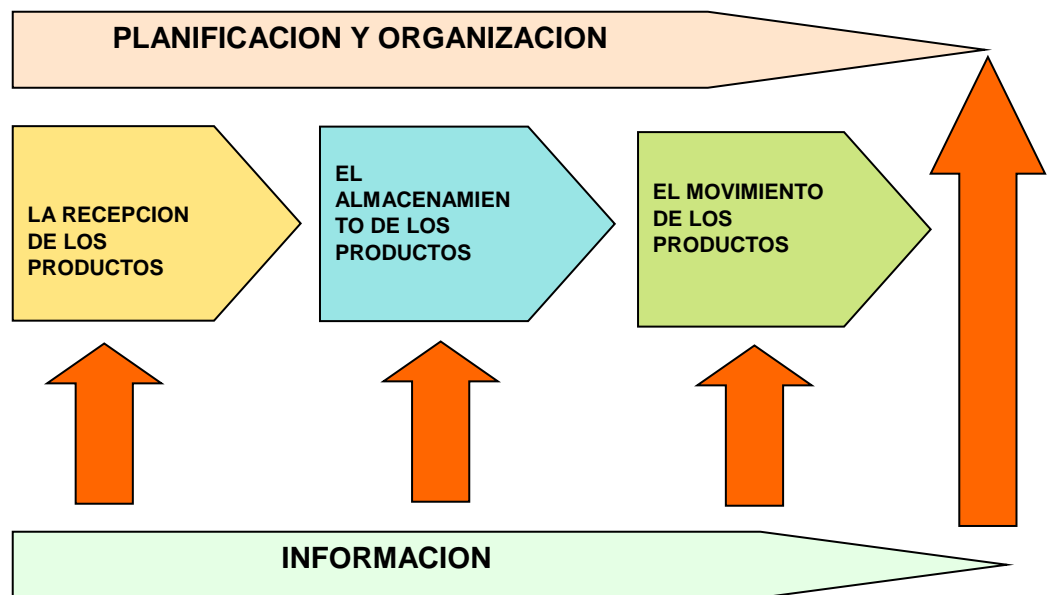
2.2. Bases teóricas

2.2.1. GESTIÓN DE ALMACÉN

Proceso logístico que trata la recepción, almacenamiento y movimiento de cualquier producto dentro de un mismo almacén, hasta el punto de consumo, así como el tratamiento e información de los datos generados. (Portal, 2011)

Proceso de la gestión de almacenes

1. La Planificación y Organización en la Gestión de Almacén
2. La Dirección en la Gestión de Almacén
 - a) La recepción de los productos
 - b) El Almacenamiento de los productos
 - c) El Movimiento de los productos
3. El Control en la Gestión de Almacén (Información)



Fuente: Carlos Antonio Portal Rueda

1. LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EN LA GESTION DE ALMACEN.

Las actividades de planificación y organización en la Gestión de Almacenes tienen que ver con:

- ❖ Diseño de la Red de Distribución y Almacenamiento
- ❖ Ubicación de los Almacenes
- ❖ Tamaño de los Almacenes
- ❖ Modelos de organización física de los Almacenes

DISEÑO DE ALMACENES

Según Díaz (1999), el diseño de almacenes es una actividad especializada que comprende el orden de un almacén, sea la misma total o parcial. Para llevar a cabo un diseño de almacenes hay que tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Cada vez los almacenes se diseñan en términos de metros cúbicos y no de metros cuadrados, debido a que el espacio vertical puede usarse acertadamente para aumentar el volumen de almacenamiento. Pueden alcanzarse alturas superiores en un mismo nivel sin inconvenientes, aunque ello urge equipos especiales para el manejo de dichos productos.
- El almacén debe planificarse de manera que el ambiente de trabajo sea agradable y prevea una fácil ampliación en el futuro.
- Una buena iluminación mejora la localización de productos, evita robos y reduce accidentes.
- La pérdida de los inventarios puede ser lamentable para una empresa. Un buen sistema de localización y extinción de incendios protege los inventarios.

2. LA DIRECCION EN LA GESTION DE ALMACEN

Está relacionada con:

- ❖ La recepción de los productos
- ❖ El almacenamiento de los productos
- ❖ El movimiento de los productos

LA RECEPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Proceso de valiosa importancia referido a las entradas de productos, descarga y verificación; del mismo depende en buena parte la calidad del producto final.

Está ligado con las compras, ya que almacén debe coordinar con el área de compras aspectos como el tipo de embalaje para la conservación de la mercadería en el almacén, el rotulado o bultos requeridos, fecha y horario de recepción, etc.

El producto recibido debe ser sometido a una inspección inicial, antes de ser incluido en el área de almacenamiento, en el caso de que en la inspección previa se detecte productos de calidad defectuosa o en malas condiciones se debe rechazar. (Portal, 2011)

Aunque la tendencia es eliminar el Control, al recibir un envío se debe tener en cuenta que el mismo debe ser sometido a verificación para comprobar si está en orden y en buenas condiciones, si está dañado o no, si se recibió el número de unidades requeridas.

Proceso de la recepción

Se recibe y almacena los productos en buenas condiciones, firmando y sellando los documentos en señal de conformidad.

1. Llegada del producto.
2. Comprobación y control.
3. Sellado, informe, pruebas.

Los productos recibidos deben ser registrados y controlados, clasificándolos, codificándolos y ubicándolos dentro del almacén.

1. Registro. Se ingresan los documentos correspondientes al ingreso de mercadería al sistema en forma inmediata.

2. Etiquetado. Todos los productos recibidos son inscritos y sus ubicaciones son colocadas en el sistema.

EL ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS

Es el subproceso referido a la guarda y conservación de los productos con los mínimos riesgos optimizando el espacio físico.

Sus funciones básicas son:

- Informa las compras realizadas, sobre las existencias.
- Controla y mantiene los productos inventariados
- Supervisa que no se agoten los productos

Zonas de un almacén

❖ **Recepción:** Zona donde se realizan las actividades del proceso de recepción.

❖ **Almacenamiento:** Zona de los productos almacenados. Incluye zonas específicas de stock para mercaderías especiales, devoluciones, etc.

- ❖ **Preparación de pedidos:** Zona donde son ubicadas las mercaderías para su envío.
- ❖ **Salida, verificación o consolidación:** Donde se produce el envío y la inspección final de las mercaderías.
- ❖ **Paso maniobra:** zonas destinadas al paso de personas, máquinas y la operación de las mismas.
- ❖ **Oficinas:** zona destinada a la ubicación de puestos de trabajo auxiliares a las operaciones del almacén.

Formas de almacenamiento de los productos

El aspecto físico de un almacén de productos depende de la dimensión y características de los mismos. Estos pueden requerir una estantería sencilla hasta sistemas complicados, que involucren grandes inversiones y complejas tecnologías.

La elección del sistema de almacenamiento de productos depende de los siguientes factores:

- ❖ Espacio disponible para el almacenamiento de los productos.
- ❖ Tipos de productos que serán almacenados.
- ❖ Número de artículos guardados.
- ❖ Tipo de embalaje.

Como debe realizarse el proceso de almacenamiento

El proceso de almacenamiento debe realizarse de manera que se lleven los registros apropiados, utilizando base de datos, control de inventarios, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

1. Prevención de problemas: Comprobar si el almacén donde se colocarán los productos cumple con las normas básicas tales como ventilación y luz, salida de emergencia, paredes incombustibles, etc.

2. Capacitación del personal: El personal de almacén debe estar debidamente capacitado y conocer los cuidados que se deben tener en la manipulación de productos.

3. Verificación de sistemas de comunicación y manejo de información: Estos deben funcionar permitiendo una información adecuada, facilitar la actualización de datos, hacer más eficiente el manejo de inventarios, evitando que se adquiriera más producto del que se necesita por fallas de comunicación, convirtiéndolas en “productos que ocupan espacio de forma innecesaria”.

4. Recopilación de la siguiente información:

- Elementos que se proyecta almacenar
- Cantidad máxima que requieren almacenar en épocas de alta demanda.
- Tipo de envase que se maneja para cada producto.

5. Agrupación de productos: Agrupe los productos por tipo de presentación. En este punto, los líquidos se separaran de los sólidos, de otra manera deberán proporcionar los medios de protección para evitar que un derrame líquido dañe un producto sólido.

6. Separadores: Ubique separadores entre los diferentes tipos de la siguiente forma:

- Productos que dentro de su mismo tipo de presentación son de diferente denominación.
- Productos del mismo nombre comercial que tienen diferente tamaño.

7. Ubicación: Actualice la ubicación física de los productos en su sistema o plano del almacén, la posición final que ocuparan los productos considerando áreas de desplazamiento de personal, movimiento de estibadores, montacargas, salidas de emergencia, zona de despacho, etc.

8. Movimiento de productos: Realice los movimientos físicos de los productos de acuerdo a los pedidos y haga los ajustes que considere necesarios.

EL MOVIMIENTO DE LOS PRODUCTOS

Es el subproceso del almacén relativo al traslado de los productos de una zona a otra de un mismo almacén o desde la zona de recepción a la ubicación de almacenamiento.

Factores a considerar, para el tipo de herramienta a emplear en el movimiento:

- ❖ Volumen del almacén
- ❖ Volumen de los productos
- ❖ Vida de los productos
- ❖ Costo del equipo
- ❖ Cantidad de manipulaciones y expediciones requeridas
- ❖ Distancia de los movimientos

MOVIMIENTOS DE PRODUCTOS

Según Díaz (1999), el movimiento de productos es el proceso que éstos siguen desde su llegada a los almacenes hasta el despacho.

Los productos deben estar localizados de manera que permitan las actividades normales del almacén, como son la entrada y salida de productos. Para permitir un adecuado movimiento de productos se recomienda:

- Planificar un flujo de productos en línea recta de recepción, almacenamiento y despacho.
- Separar las áreas de recepción y despacho de productos.
- Diseñar los pasillos de circulación lo suficientemente anchos como para permitir el movimiento de las máquinas y otras.
- Indicar el sentido y las velocidades de circulación en los pasillos. Invertir en un buen sistema de señalización.
- Establecer áreas protegidas para productos costosos o valiosos.

Una cierta cantidad de producto de gran volumen o peso puede descansar a las afueras del almacén, siempre y cuando dicho producto sea resistente a las condiciones externas.

3. EL CONTROL EN LA GESTION DE ALMACEN: LA INFORMACION

Su ámbito se extiende a todos los procesos que se dan en la Gestión de Almacén. (Portal, 2011)

Tipos de información

- ❖ Información para Gestión
- ❖ Identificación de Ubicaciones
- ❖ Visibilidad y trazabilidad de los productos
- ❖ Tecnología en la gestión de almacenes

Información para Gestión

- ❖ Configuración del Almacén
- ❖ Datos relativos a los medios disponibles
- ❖ Datos técnicos de los productos almacenados
- ❖ Informes de actividades
- ❖ Procedimientos e instrucciones de trabajo.
- ❖ Perfiles y requisitos de los puestos
- ❖ Registros de la actividad diaria

Identificación de Ubicaciones

- ❖ **Por Estantería:** Es el más simple y económico. Cada estante tiene una codificación correlativa.
- ❖ **Por Pasillo:** Los pasillos se codifican con números consecutivos.

Visibilidad y trazabilidad de los productos

- ❖ Los productos almacenados deben ser codificados.
- ❖ Esta codificación debe estar relacionada con la identificación de ubicaciones y con el resto de los procesos de la empresa.

Tecnología en la Gestión de Almacenes

- ❖ Códigos de Barras
- ❖ Radiofrecuencia
- ❖ Terminales portátiles
- ❖ Reconocimiento de voz
- ❖ Sistemas integrados de gestión logística

2.2.2. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

El proceso de distribución es un conjunto de actividades que realiza una empresa comercial para la entrega de mercaderías y productos, donde se establece métodos para la distribución física de los productos de manera que puedan llegar en perfectas condiciones a los clientes.

LA DISTRIBUCIÓN

La distribución es la parte de la administración que se encarga de movilizar la cantidad de recursos necesarios de insumos productivos o bienes (tangibles o intangibles) con el fin de cubrir las necesidades de logística de las empresas en los tiempos y lugares precisos. (Portal, 2011)

Por tanto La distribución es la parte que se encarga de administrar los productos tangibles con fines productivos e incluye todos los procesos de manejo de productos.

ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE LA DISTRIBUCIÓN

Según Portal (2011), menciona que La distribución física de un producto generalmente cuenta con cinco elementos fundamentales:

- 1. El procesamiento de pedidos:** Es la parte que se encarga de llevar la información del consumidor a la empresa con el fin de realizar los pedidos de acuerdo a las necesidades del cliente.
- 2. El control de inventarios:** Es la parte que controla el movimiento (entrada y salida) de productos para mantener un registro en las ventas.
- 3. El transporte:** Es la parte que se encarga de movilizar los productos con fines de venta (distribución) o entrega final.

4. El manejo de productos: Es la parte que se encarga de dar un tratamiento específico a los productos.

5. El almacenamiento: Es la parte que se encarga de guardar los productos para su conservación con el fin de vender o aprovecharlos en el futuro.

COMPONENTES DE LA DISTRIBUCIÓN

Se sugiere que la distribución tengan dos componentes: la gerencia de productos y la logística de comercialización.

- ❖ La gerencia de productos se preocupa de las operaciones de suministro físico como la recolección, el almacenamiento y el movimiento de productos.
- ❖ La logística de comercialización trata de la transferencia de los productos terminados a los intermediarios, compradores últimos y usuarios finales.

IMPORTANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS TERMINADOS

Un buen sistema de distribución física permite:

- ❖ Reducir inventarios
- ❖ Disminuir los costos
- ❖ Aumentar las ventas y
- ❖ Satisfacer plenamente a los clientes.

OBJETIVOS DE LA DISTRIBUCIÓN

El objetivo que busca la distribución es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo. La distribución es necesaria porque crea utilidad de tiempo, lugar y de posesión:

- ❖ **Crea utilidad de tiempo**, porque pone el producto a disposición del consumidor en el momento que lo requiera.
- ❖ **Crea utilidad de lugar**, mediante la existencia de puntos de venta próximos al consumidor (es decir, aproxima el producto al consumidor).
- ❖ **Crea utilidad de posesión**, porque permite que se pueda ejecutar la entrega física de los productos terminados.

EL SISTEMA DE DISTRIBUCION FÍSICA

Ya con un conjunto de fines establecidos, la empresa está lista para diseñar un sistema de distribución física que minimice el costo de alcanzarlos.

Los puntos principales son:

Procesamiento de pedidos	Cómo deben manejarse los pedidos
Inventario	Qué cantidad debe tenerse a mano
Transporte	Cómo deben enviarse los productos

Nivel de Servicio

Se determina por él número de días que pasan desde el momento en que se realiza el pedido hasta la entrega de la mercadería. Este sistema reduce la proporción de pedidos atrasados en el nivel determinado.

Son muchos los elementos que constituyen el nivel de servicio al cliente y algunos se mencionan a continuación.

- ❖ Disponibilidad de Productos
- ❖ Proporción de Existencia
- ❖ Frecuencias de la Entrega
- ❖ Seguridad de las Entregas

Cada empresa tiene una forma diferente de determinar su nivel de servicio al cliente, pero en muchas ocasiones es determinada con base en las pautas que marca la competencia.

- ❖ Es decir, si ofrece un nivel de servicio inferior, está en peligro de perder a su clientela, al menos que en alguna forma haya un elemento compensador.
- ❖ Al contrario, si ofrece un nivel de servicio mayor, la competencia puede mejorar su nivel de servicio, lo que elevaría los costos para todas las empresas.

Transporte de Mercancías

Es un elemento de mucha importancia dentro de la distribución física. Para transportar productos de un lugar a otro se utiliza las diferentes vías de comunicación.

Tipos de Transporte:

1. Vehículos automotores
2. Vehículos motorizados
3. Transporte marítimo
4. Transporte terrestre
5. Líneas aéreas
6. Transporte multimodal

El sistema de transporte implica un aprovechamiento de la tecnología del mismo, es decir, tomar las ventajas que pueden ofrecer las vías existentes.

El costo y la capacidad de transporte no son los únicos factores que deben ser tomados en cuenta en el transporte de los productos, sino también la seguridad cuenta y es muy importante ya que crea beneficios de tiempo y lugar para sus productos y tiene una repercusión directa en la disposición del mismo producto.

Manejo de Productos

Es necesario que los productos se encuentren colocados en forma apropiada para hacer accesible su manejo cuando se necesite. Este provechoso desplazamiento y colocación es una responsabilidad que recae en un buen manejo de productos.

Proceso de Manejo

Para lograr la eficiencia requerida es necesario desarrollar recipientes grandes, estandarizados y fáciles de manejar, en los que se podrán manejar paquetes pequeños para su fácil envío.

El empaque o embalaje de protección será el que evite su maltrato ya que los productos al dañarse pierden posibilidad de satisfacer las necesidades del cliente, al mismo tiempo que pierden utilidad.

Por eso es preciso contar con equipos especiales para la manipulación de los productos y tomar en cuenta las características del producto cuando se diseña el sistema de manejo de productos.

La distribución física en este aspecto ha ido evolucionando, pues por medio de los embalajes y empaques han superado su capacidad de transportar, ocasionando que esta sea más amplia y el transporte se realice con mayor rapidez y seguridad.

TIPOS DE DISTRIBUCIÓN

Entre los principales tipos de distribución adquiridos por las empresas tenemos:

- ❖ **Distribución Intensiva:** Un productor vende su producto a través de las tiendas disponibles en el mercado donde probablemente el público lo buscará. Los consumidores finales no aplazan la compra para encontrar una marca en especial. Por tanto, la distribución intensiva impone el peso de la publicidad en los hombros del fabricante.
- ❖ **Distribución Selectiva:** Un fabricante vende su producto a través de varios mayoristas y minoristas (pero no mediante todos ellos) en un mercado donde una persona suele buscarlo. Una compañía a veces adopta una estrategia de distribución selectiva después de aplicar la distribución intensiva. Casi siempre se basa en el alto costo de esta última o bien del desempeño poco satisfactorio de los intermediarios.
- ❖ **Distribución Exclusiva:** El proveedor acepta vender su producto únicamente a un intermediario mayorista o minorista en determinado mercado. Los fabricantes adoptan a menudo una distribución exclusiva cuando es indispensable que el minorista mantenga un gran inventario.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Por su parte Portal (2011), menciona que:

Un canal de distribución es “el recorrido que ha de seguir un producto desde su punto de origen/producción hasta su consumo, es decir, el conjunto de personas que realizan las funciones de distribución a lo largo de dicho recorrido”.

Clasificación de canales:

- ❖ **Canal de distribución de bienes de consumo:** Es hacer llegar los productos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida. Ejemplo: Los agricultores pueden hacer llegar sus productos por medio de una central de abastos o por medio de agentes de ventas.
- ❖ **Canal de distribución de los bienes industriales:** Es cuando se dispone de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones. Ejemplo: Las empresas que fabrican partes para la elaboración de un auto, las proporcionan a empresas ensambladoras para llevar a cabo su producción.
- ❖ **Canal de distribución de servicios:** La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:
 - ✓ Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ejemplo: Una persona que demanda servicio de repostería; éste se aplica al mismo tiempo en que se produce.

- ✓ Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo. Ejemplo: Cuando una persona hace una reservación de hotel, pues llegará a ser utilizado hasta que el demandante lo decida.

Los Intermediarios

Las empresas necesitan el apoyo de un canal de distribución que facilite la llegada de los productos con mayor rapidez y lo más cerca posible de las manos de los demandantes.

El canal de distribución lo conforman un grupo de intermediarios relacionados entre sí.

Las ventajas de utilizar intermediarios en oposición a la comercialización directa a los usuarios finales pueden demostrarse muy fácilmente. La eficiencia de la mayoría de los sistemas de comercialización consigue mejorarse gracias a la presencia de intermediarios eficaces.

La existencia de un intermediario está justificada tan sólo en la medida en que realiza funciones de comercialización que otros no pueden realizar, o cuando desempeña las funciones de mercadeo más eficientemente que el productor.

Ventajas de los intermediarios:

1. Reducen el número de transacciones que deben realizar las partes, simplificando los intercambios comerciales.
2. Adecua la oferta a la demanda, puesto que compran en grandes cantidades al fabricante y venden en cantidades más pequeñas al consumidor final.
3. Crea surtido, mientras que el fabricante se especializa en un número reducido de líneas de productos, el intermediario al comprar a varios fabricantes permite al consumidor elegir la misma clase de producto pero en varias marcas.
4. Asumen parte del transporte y del almacenamiento del producto.
5. Realizan determinadas actividades de marketing, de forma independiente o unificándose con el fabricante.
6. Transmiten la posesión o el derecho de uso del producto.
7. Conceden financiación: por una parte conceden un crédito al fabricante pues le anticipan el pago de los productos antes de que se vendan a los consumidores y por otra parte le conceden financiación a los clientes al admitir el pago aplazado.
8. Prestan sus servicios adicionales tales como la instalación y reparación del producto, asesoramiento, formación.

Tipos de intermediarios:

1. Mayoristas

El comerciante mayorista es aquel que vende al por mayor, es decir, se trata de un intermediario que se caracteriza por vender a los minoristas, a otros mayoristas o a los fabricantes de otros productos, pero no al consumidor o usuario final.

Las principales funciones o tareas que lleva a cabo un mayorista pueden agruparse en las siguientes:

- ✓ Compra en grandes cantidades a fabricantes u otros mayoristas
- ✓ Almacena grandes cantidades de producto
- ✓ Transporta las mercaderías
- ✓ Se encarga de entregar al comprador el producto
- ✓ Concede créditos a los clientes
- ✓ Al adquirir la propiedad de los productos, asume riesgos
- ✓ Presta asesoramiento a los minoristas sobre aspectos como las características del producto, gestión comercial, gestión administrativa

2. Minoristas.

También llamados detallistas, es aquel intermediario que se dedica a la venta de productos al detalle o al por menor. Se puede definir como “un intermediario que vende directamente al consumidor los productos necesarios para su uso individual o familiar”.

3. Agentes comerciales

Es un profesional libre que representa a su empresa, sin dependencia laboral alguna, para vender y difundir sus marcas y productos así como otras funciones encomendadas.

Las características de los agentes comerciales son:

- ✓ No actúan en su nombre, sino en nombre o representación de una empresa.
- ✓ La relación entre agente y empresa representada es estable, el contrato es de amplia duración (no sólo para una operación); si no se especifica en el contrato se considera una relación indefinida.
- ✓ Recibe una contribución que suele consistir en un fijo más comisiones por operación realizada.
- ✓ El objetivo es vender.

Cada empresa tendrá que identificar alternativas para llegar a sus mercados meta, que van desde la venta directa hasta el uso de canales con uno o más niveles de intermediarios. Como niveles de intermediarios se entiende el número de intermediarios que intervendrán en la transportación de productos al consumidor.

Niveles de los intermediarios:

- ❖ **Productor – Consumidor:** Es el nivel más corto, los productos se venden directamente del fabricante al consumidor.
- ❖ **Productor – Minorista – Consumidor:** En este nivel un intermediario minorista compra los productos al fabricante para posteriormente venderlos al consumidor final.
- ❖ **Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor:** Este canal es el más factible y tradicional, el mayorista compra los productos al fabricante, posteriormente el mayorista puede venderlos ya sea al por mayor o menor.

2.2.3. Información de la Empresa

RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

La empresa fue constituida el 20 de octubre del año 2006 con el nombre de **DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L.**, por el empresario ABSALON GUSTAVO MARTINEZ BLANCO, en el rubro de Distribuidor Mayorista Confitero y de Golosinas, fijando su domicilio fiscal en el Jr. 28 de Julio N° 1295 – Huánuco, empezando a vender sus productos por el distrito de Huánuco y Ambo. En el 2009 amplía la fuerza de ventas por la ciudad de Tingo María y también el rubro de Abarrotes, por lo que actualmente la empresa cuenta con cinco líneas de proveedores (1 de Abarrotes y 3 de Golosinas). A nivel local la empresa en mención, ha conseguido y mantiene una buena posición en el mercado respecto al tema confitero.

La Empresa fue creada con la finalidad de brindar servicios de:

- ✓ Ofrecer productos de calidad
- ✓ Buena atención a los clientes
- ✓ Entrega de productos en el plazo establecido

MISIÓN:

Somos una empresa formal, líder en la distribución y comercialización en el rubro confitero y de golosinas, ofreciendo productos de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, contando con un excelente equipo humano capacitado.

VISIÓN:

Liderar en el mercado siendo la mejor y más eficiente Empresa Distribuidora de Huánuco en el rubro confitero y de golosinas, mostrando responsabilidad y eficiencia, fomentando el control y la calidad en el servicio para lograr la satisfacción del cliente.

2.3. Definiciones conceptuales

✓ **Almacenamiento**

Proceso de recepción, ordenamiento, cuidado, control, conservación, preparación para el consumo y despacho de los productos.

✓ **Canales de distribución**

La separación entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de consumo.

✓ **Control de Inventarios**

El control de inventarios es el corazón de cualquier empresa que se dedique a la compra y venta de bienes o servicios; de aquí la importancia del manejo correcto de inventario por parte de la misma para obtener los mejores resultados financieros.

✓ **Desmedro**

El desmedro significa estropear, poner algo en baja condición, significa también disminuir algo, quitándole una parte, deteriorar o deslustrar algo, quitándole parte de la estimación que antes tenía.

✓ **Distribución**

Es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto hasta el consumidor.

✓ **Gestión de Almacén**

La gestión de almacenes es un concepto ligado a la gestión de stocks, se trata de la gestión física de los productos almacenados.

✓ **Inventarios**

Las cuentas que representan el valor atribuido a los objetos de trabajo de la empresa, que constituyen sus reservas productivas, la producción en proceso, los productos para la circulación.

✓ **Merma**

Es una pérdida de una cierta cantidad de mercaderías o de la actualización de un stock que provoca una fluctuación, es decir, la diferencia entre el contenido de los libros de inventario y la cantidad real de productos dentro de un establecimiento, negocio o empresa.

✓ **Transporte**

El concepto de transporte se utiliza para describir el acto y consecuencia de trasladar algo de un lugar a otro. También permite nombrar a aquellos vehículos que sirven para tal efecto, llevando mercaderías desde un determinado sitio hasta otro.

✓ **Trazabilidad**

La trazabilidad está compuesta por procesos prefijados que se llevan a cabo para determinar los diversos pasos que recorre un producto, desde su nacimiento hasta su ubicación actual.

✓ **Visibilidad**

La visibilidad es la cualidad perceptible, que permite ver objetos a una determinada distancia. A menor visibilidad peor se verán objetos a la lejanía, mientras que a mayor visibilidad se verán mejor objetos lejanos.

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La Gestión de Almacén influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

2.4.2. Hipótesis específicas

- La Planificación y Organización influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.
- La Dirección influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.
- El Control influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Variable dependiente

Proceso de Distribución

2.5.2. Variable independiente

Gestión de Almacén

2.6. Operacionalización de Variables (Dimensiones e Indicadores)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Gestión de Almacén	Planificación y Organización	Diseño	¿El diseño de almacenamiento es el adecuado para la empresa?
		Ubicación	¿Está de acuerdo con la ubicación del almacén?
		Tamaño	¿El tamaño o capacidad del almacén, abastece para todo los productos?
		Organización física	¿La organización física del almacén se encuentra en buenas condiciones?
	Dirección	Recepción	¿La recepción de productos influye en el proceso de distribución?
		Almacenamiento	¿Realizan un control previo mediante el kardex durante el almacenamiento de los productos?
		Movimiento	¿Los movimientos de los productos en el almacén influyen en el sistema de distribución?
	Control	Información para gestión	¿La información para gestión recibida mediante capacitaciones al personal de almacén es eficaz?
		Identificación de Ubicaciones	¿Cuenta con las máquinas y equipos necesarios para la identificación de ubicaciones dentro del almacén?
		Visibilidad y Trazabilidad	¿Realizan una codificación de los productos, para que la visibilidad y trazabilidad sean factibles?
		Tecnología	¿La tecnología que utiliza la empresa en el almacén cumple con las expectativas?
			¿La gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución?
Proceso de Distribución	Utilidades de distribución	Tiempo	¿Los productos vendidos son entregados dentro del plazo establecido, con los comprobantes de pago correspondientes?
		Lugar	¿La empresa genera aproximación de sus productos a los consumidores?
		Posesión	¿La entrega física de los pedidos se realiza en buenas condiciones?
	Sistema de distribución	Proceso de Pedidos	¿Se ejecuta la rotación de inventarios en el proceso de pedidos?
		Inventario	¿La empresa realiza un control de inventarios, mediante las guías de remisión?
		Transporte de Productos	¿El transporte de productos es el correcto?
	Canal de distribución	Clasificación del canal	¿El canal de distribución realiza sus labores de manera eficiente?
		Intermediarios	¿Los intermediarios son los suficientes para realizar el proceso de pedidos?
		Nivel de intermediarios	¿El nivel de intermediarios es el adecuado para la empresa?
			¿La planificación y organización, La dirección y El control en la gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación, reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada, debido a que los alcances de la investigación son más prácticos, más aplicativos y se sustentan a través de instrumentos técnicos de recopilación de información.

3.1.1. Enfoque

La investigación es de enfoque cuantitativo.

El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Este enfoque utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico.

(Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio M., 2014. p. 4)

3.1.2. Alcance o nivel

La investigación da a conocer un nivel descriptivo correlacional.

Nivel descriptivo: busca especificar las propiedades y las características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

Nivel correlacional: asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población.

(Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio M., 2014. p. 92)

3.1.2. Diseño

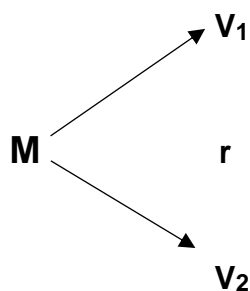
Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento.

(Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio M., 2014. p. 128)

Los diseños de investigación no experimentales de tipo transversal o transeccional son investigaciones donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

(Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio M., 2014. p. 154)

El diseño empleado corresponde a una investigación no Experimental de tipo transversal o transeccional, en su forma de investigación descriptiva, que se utilizó para el desarrollo de la investigación con dos variables, el mismo que se representa de la siguiente manera:



Donde:

M	:	Muestra
V ₁	:	Variable Independiente
V ₂	:	Variable Dependiente
r	:	Relación

3.2. Población y muestra

Población

La población que se consideró en el presente trabajo de investigación, lo constituyen todos los trabajadores de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

Cuadro N° 01

Número de trabajadores de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. ubicada en el Jirón 28 de julio N° 1295.

EMPRESA	N° TRABAJADORES
Distribuciones Martínez E.I.R.L.	12
TOTAL	12

Muestra

La muestra es el subconjunto de la población, que lo constituyeron los trabajadores del área de almacén y distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

Cuadro N° 02

Número de trabajadores del área de almacén y distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. ubicada en el Jirón 28 de julio N° 1295.

EMPRESA	N° TRABAJADORES
Distribuciones Martínez E.I.R.L.	10
TOTAL	10

Se tomó como muestra a 10 trabajadores de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. porque son los que pertenecen y conocen el área de almacén y distribución, lo cual sirvió de gran ayuda para poder desarrollar la investigación.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- ❖ **Encuesta:** Es la técnica que se utilizó en la presente investigación, el cual permitió recolectar datos de los mismos trabajadores de la empresa sobre las variables de investigación.
- ❖ **Cuestionario.-** Es el instrumento a validar, ya que es viable para el trabajo de investigación, y que nos permitió recolectar datos de los trabajadores de la empresa.

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario. El procesamiento de datos se realizó de manera automatizada empleando los siguientes programas:

- ❖ **Cuadros estadísticos:** El cuadro estadístico es el arreglo ordenado, de filas y columnas, de datos estadísticos o características relacionadas, con el objeto de ofrecer información estadística de fácil lectura, comparación e interpretación.
- ❖ **Microsoft Excel:** Microsoft Excel es una aplicación distribuida por la suite de oficina Microsoft Office, que se caracteriza por ser un software de hojas de cálculo, utilizado en tareas financieras y contables.
- ❖ **Microsoft Word:** Es una aplicación informática orientada al procesamiento de textos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos

ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE ALMACENAMIENTO

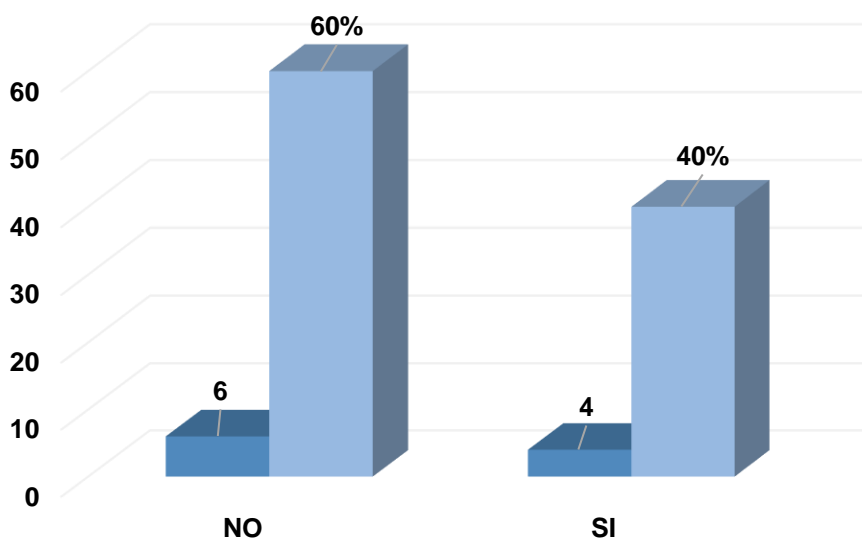
CUADRO N° 01

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	6	60%
SI	4	40%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 01



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Respecto a la pregunta se puede observar que el 40% de los encuestados manifiestan que el diseño de almacenamiento si es el adecuado para la empresa, mientras que el 60% manifiesta que no es el adecuado.

Esto es debido a que el diseño de almacenamiento que maneja la empresa ha dificultado las funciones en el almacén.

SELECCIÓN DE LA UBICACIÓN DEL ALMACÉN

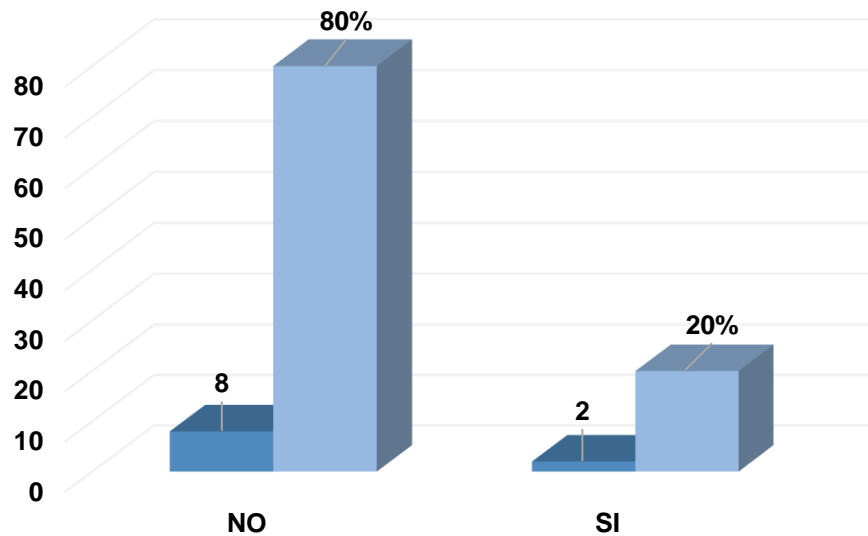
CUADRO N° 02

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	8	80%
SI	2	20%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 02



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Respecto a la pregunta se puede observar que el 20% de los encuestados manifiestan que si están de acuerdo con la ubicación del almacén, mientras que el 80% manifiesta que no están de acuerdo.

Esto se debe a que los productos no se acomoden de manera adecuada al recepcionarlos, ya que la ubicación del almacén no es el correcto.

TAMAÑO DEL ALMACÉN PARA LOS PRODUCTOS

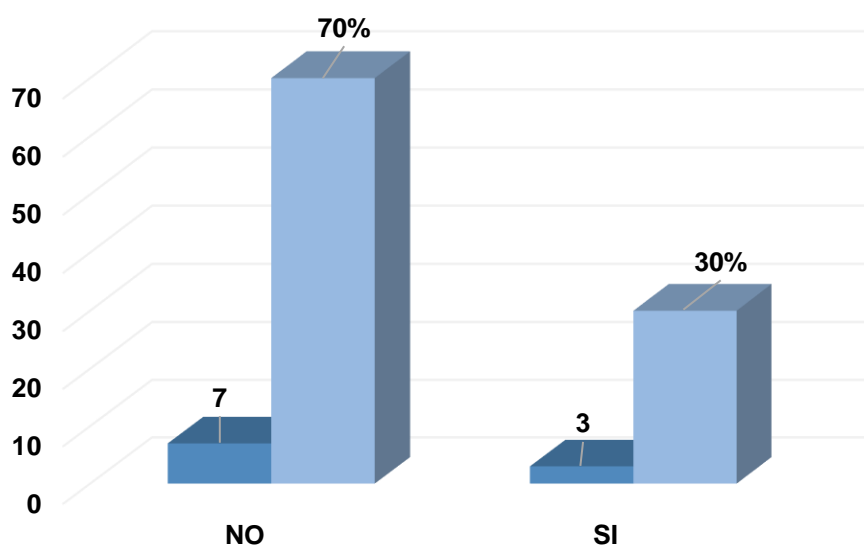
CUADRO N° 03

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 03



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que el tamaño del almacén si abastece para todos los productos, mientras que el 70% manifiesta que el tamaño del almacén no abastece.

Esto se debe a que el tamaño o capacidad del almacén de la empresa ha ocasionado desorden al momento de recepcionar los productos.

CONDICIONES DE LA ORGANIZACIÓN FÍSICA DEL ALMACÉN

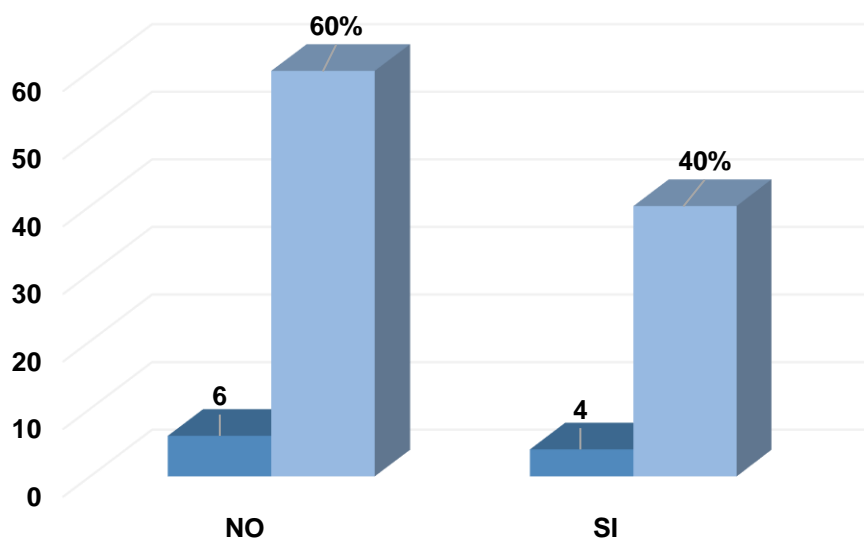
CUADRO N° 04

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	6	60%
SI	4	40%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 04



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 40% de los encuestados manifiestan que la organización física del almacén si se encuentra en buenas condiciones, mientras que el 60% manifiesta que la organización física del almacén no se encuentran en buenas condiciones. Esto se debe a que el almacén de la empresa no ha tenido una buena organización física en los últimos años.

RELACIÓN DE LA RECEPCIÓN DE PRODUCTOS EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

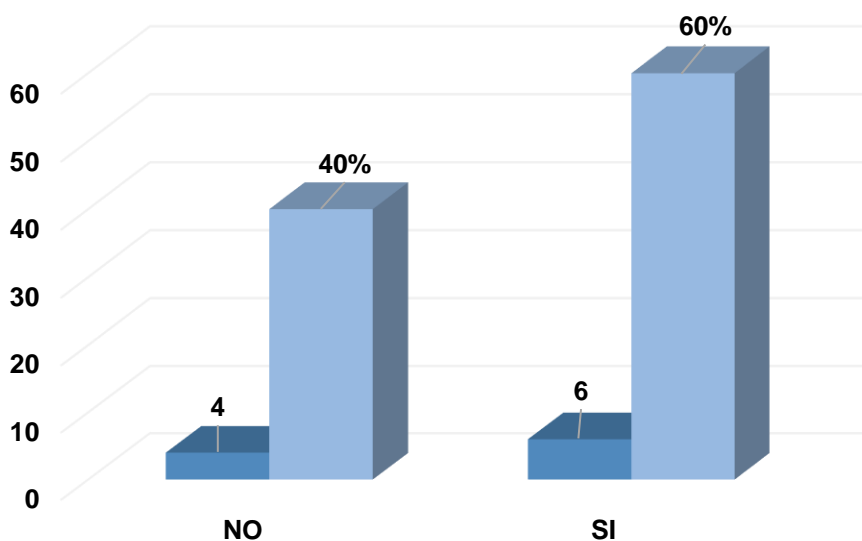
CUADRO N° 05

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	4	40%
SI	6	60%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 05



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 60% de los encuestados manifiestan que la recepción de productos si influye en el proceso de distribución, mientras que el 40% manifiesta que no influye.

Esto se debe a que la recepción de productos se realiza de manera desordenada, lo cual como consecuencia resulte que al momento de la distribución, se encuentren faltantes de productos.

CONTROL PREVIO EN EL ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS MEDIANTE EL KARDEX

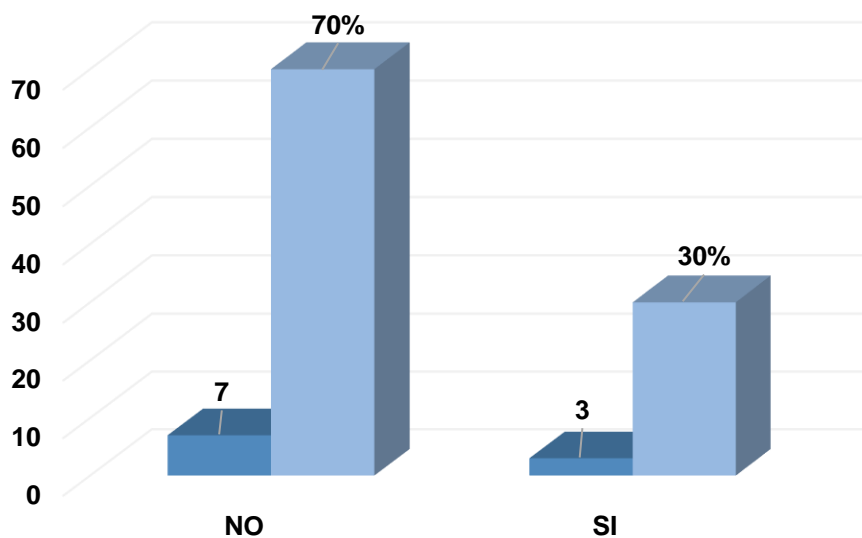
CUADRO N° 06

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 06



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la evaluación realizada se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que si realizan un control previo durante el almacenamiento de los productos mediante el kardex, mientras que el 70% manifiesta que no realizan un control previo.

Esto se debe por la cantidad o dimensión de productos que se recepciona, lo cual dificulta el control previo al momento de almacenar los productos.

MOVIMIENTO DE LOS PRODUCTOS EN EL ALMACÉN

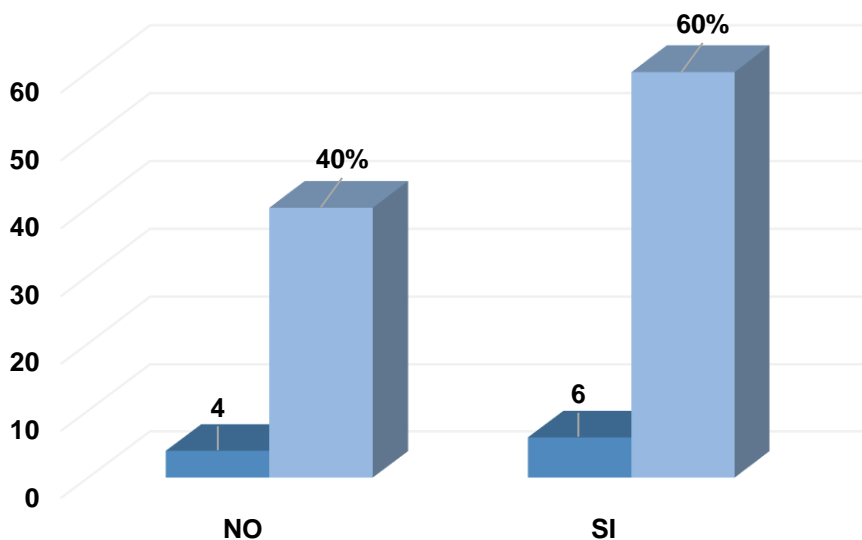
CUADRO N° 07

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	4	40%
SI	6	60%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 07



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la evaluación realizada se puede observar que el 60% de los encuestados manifiestan que los movimientos de los productos en el almacén si influyen en el sistema de distribución, mientras que el 40% manifiesta que no influyen.

Esto se debe a la falta de información y coordinación que requieren los personales de almacén, por lo que se descoordina al momento de realizar los pedidos.

INFORMACIÓN PARA GESTIÓN AL PERSONAL DE ALMACÉN

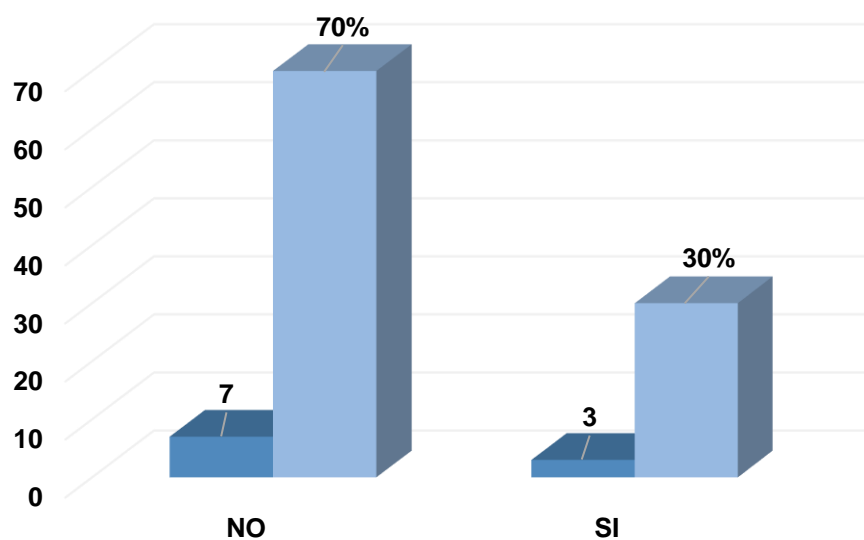
CUADRO N° 08

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 08



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que la información para gestión recibida mediante las capacitaciones al personal de almacén si es eficaz, mientras que el 70% manifiesta que no es eficaz.

Esto se debe a que la información recibida en las capacitaciones no es suficiente o no son orientados de manera satisfactoria.

MÁQUINAS Y EQUIPOS EN LA IDENTIFICACIÓN DE UBICACIONES DENTRO DEL ALMACÉN

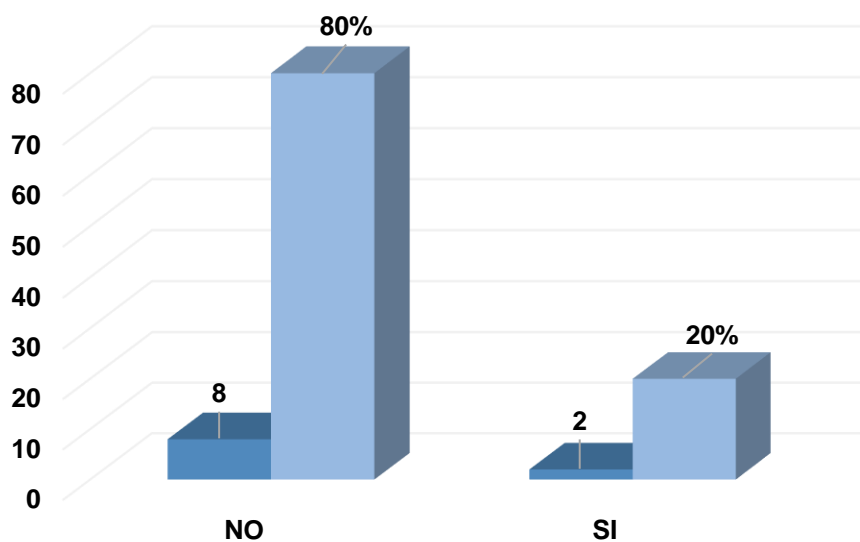
CUADRO N° 09

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	8	80%
SI	2	20%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 09



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto se puede observar que el 20% de los encuestados manifiestan que si existen máquinas y equipos necesarios para la identificación de ubicaciones dentro del almacén, mientras que el 80% manifiesta que no existen.

Esto se debe que al momento de buscar los productos, sean dificultosos poder organizar los pedidos, ya que las máquinas y equipos empleados en el almacén no son los necesarios.

REALIZACIÓN DE CODIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

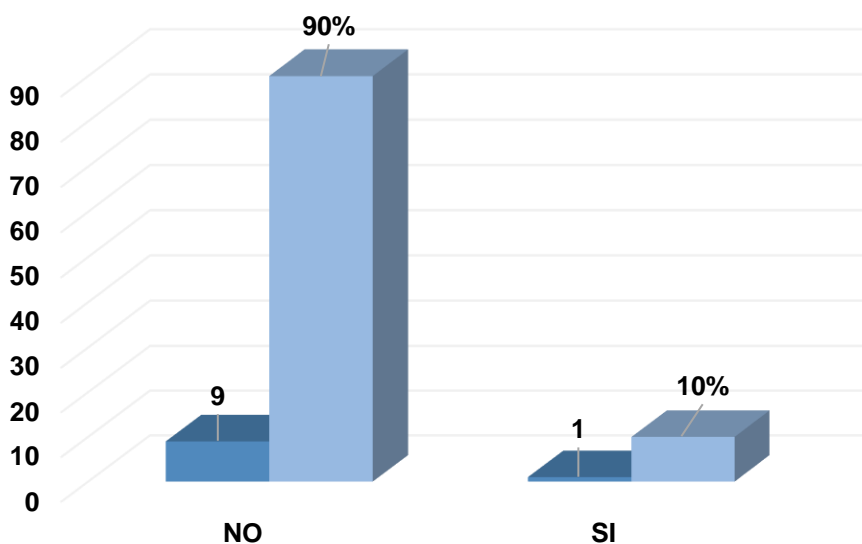
CUADRO N° 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	9	90%
SI	1	10%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 10



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 10% de los encuestados manifiestan que si realizan una codificación de los productos para que la visibilidad y trazabilidad sean factibles, mientras que el 90% manifiesta que no realizan una codificación de los productos.

Esto es debido a que no se practica una codificación estructurada en los productos dentro del almacén, lo cual origina que se tome más tiempo al realizar los pedidos.

EXPECTATIVAS DE LA TECNOLOGÍA EN EL ALMACÉN

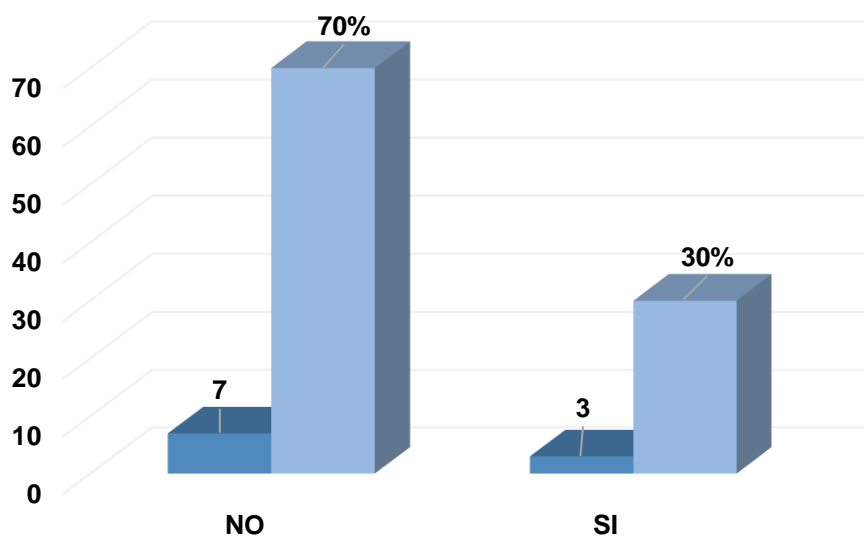
CUADRO N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 11



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que la tecnología utilizada por la empresa en el almacén si cumple con las expectativas, mientras que el 70% manifiesta que no.

Esto se debe a que la tecnología empleada en el almacén, ha ocasionado que las actividades tengan retrasos al momento de realizar los pedidos.

INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ALMACÉN EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

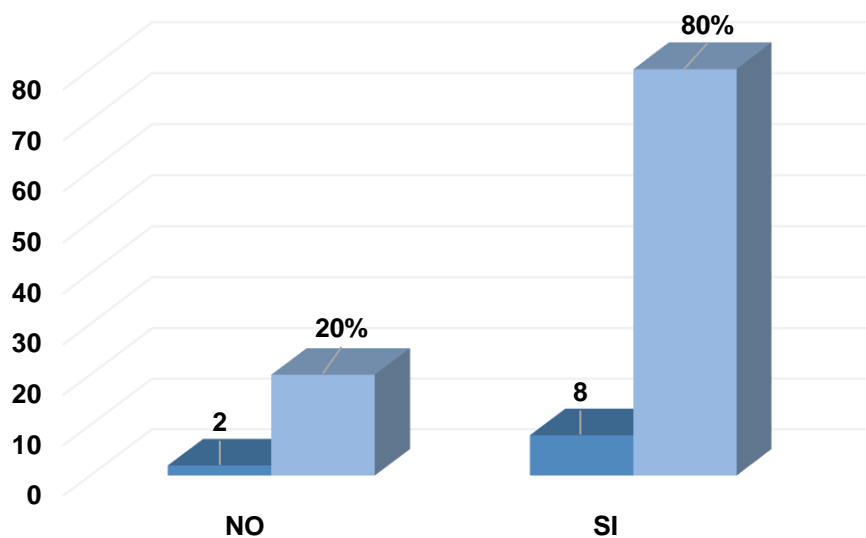
CUADRO N° 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	2	20%
SI	8	80%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 12



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 80% de los encuestados manifiestan que la gestión de almacén si influye en el proceso de distribución, mientras que el 20% manifiesta que no influye.

Esto es debido a que los estudios realizados en la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. efectivamente muestran la influencia que existe.

PLAZO ESTABLECIDO PARA LA ENTREGA DE PRODUCTOS Y SUS COMPROBANTES DE PAGO CORRESPONDIENTES

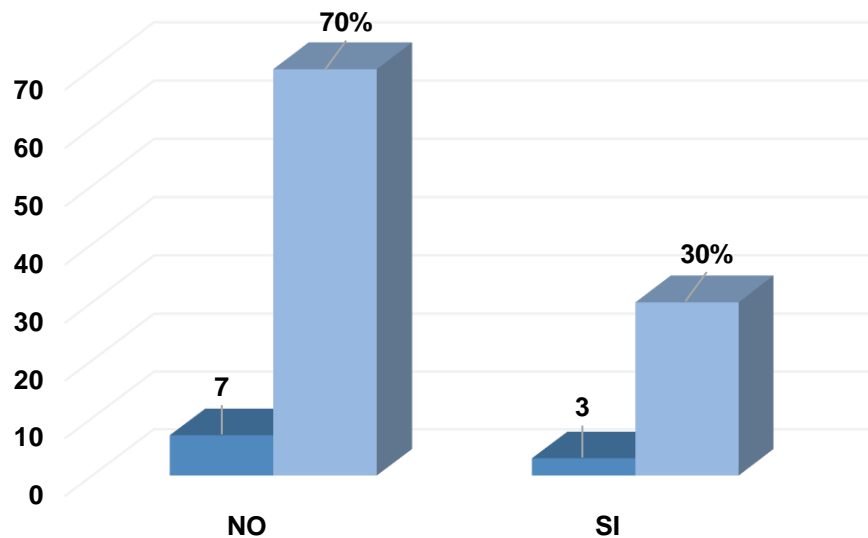
CUADRO N° 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 13



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que los productos vendidos si son entregados dentro del plazo establecido con los comprobantes correspondientes, mientras que el 70% manifiesta que no.

Esto se debe a que el personal encargado de la distribución de los productos vendidos no estén realizando su trabajo de forma eficiente.

APROXIMACIÓN DE LOS PRODUCTOS A LOS CONSUMIDORES

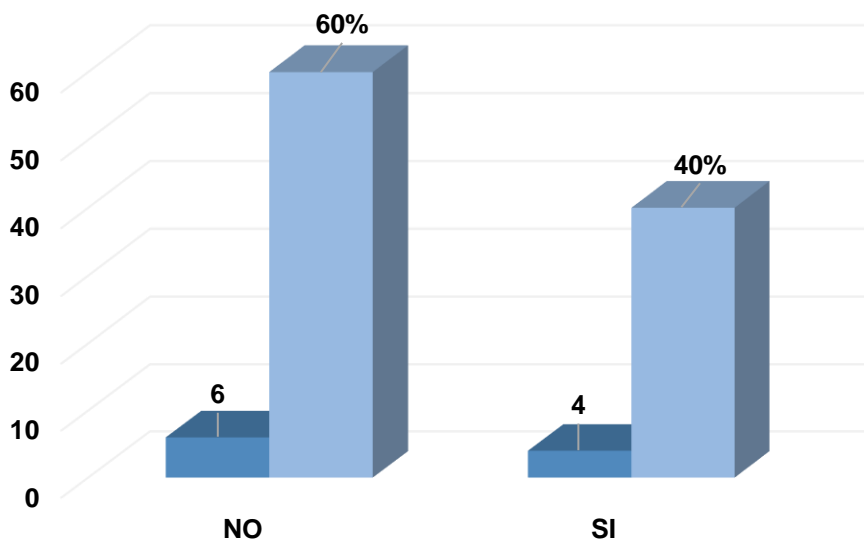
CUADRO N° 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	6	60%
SI	4	40%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 14



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 40% de los encuestados manifiestan que la empresa si genera aproximación de sus productos a los consumidores, mientras que el 60% manifiesta que no.

Esto se debe a que la publicidad de los productos no sean suficientes, o también que las promociones solo se den por temporadas.

CONDICIONES DE LA ENTREGA FÍSICA DE LOS PRODUCTOS

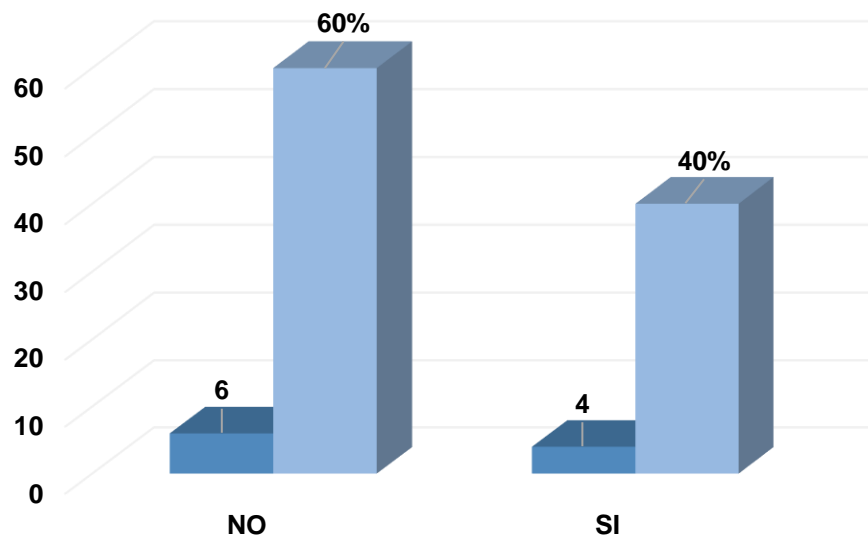
CUADRO N° 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	6	60%
SI	4	40%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 15



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 40% de los encuestados manifiestan que la entrega física de los pedidos si se da en buenas condiciones, mientras que el 60% manifiesta que no.

Esto se debe a que la distribución presenta deficiencias al momento de realizar el transporte de productos.

ROTACIÓN DE INVENTARIOS EN EL PROCESO DE PEDIDOS

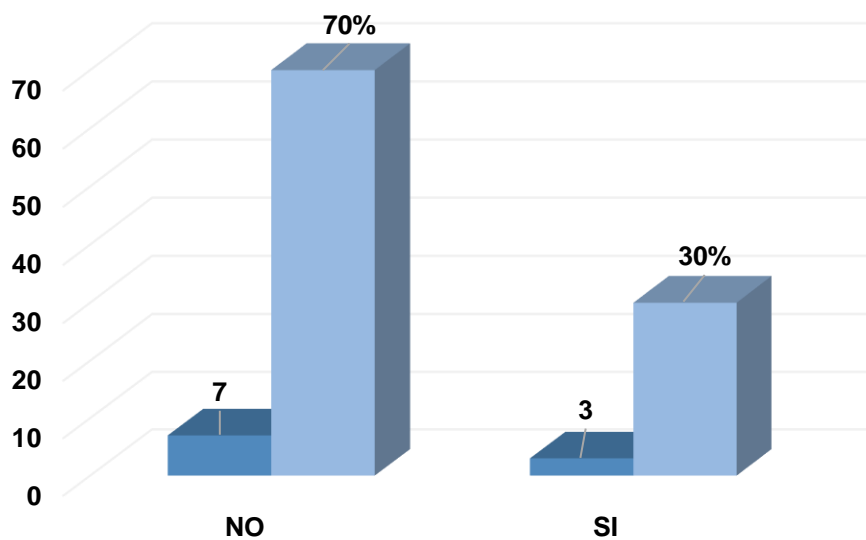
CUADRO N° 16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 16



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que si se ejecuta la rotación de inventarios en el proceso de pedidos, mientras que el 70% manifiesta que no se ejecuta.

Esto se debe a que la rotación de inventarios ha ocasionado que se fomente errores al momento de realizar los pedidos, como también al momento de entregar los productos.

REALIZACIÓN DEL CONTROL DE INVENTARIOS MEDIANTE GUÍAS DE REMISIÓN

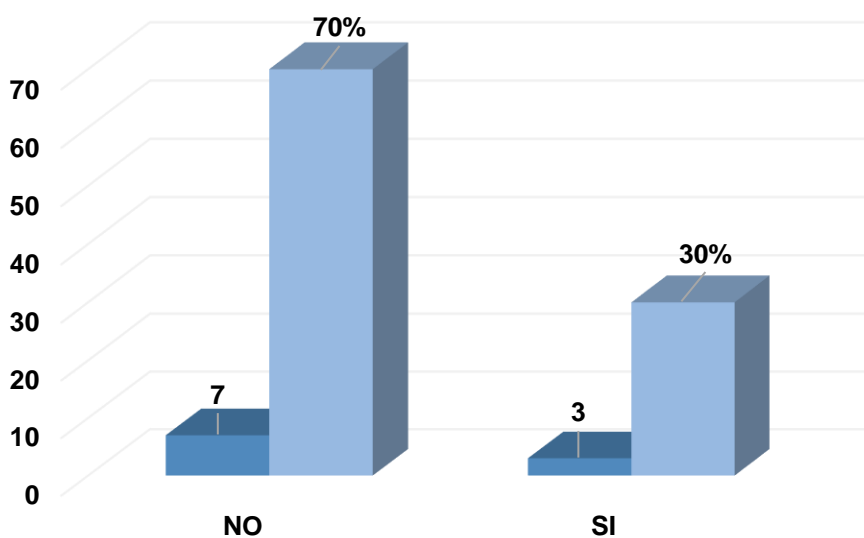
CUADRO N° 17

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 17



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que la empresa si realiza un control de inventarios mediante las guías de remisión, mientras que el 70% manifiesta que no realiza.

Esto se debe a que la empresa no realiza un control de inventarios de manera constante, lo cual dificulta el almacenamiento y distribución de los productos.

CONDICIÓN DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS

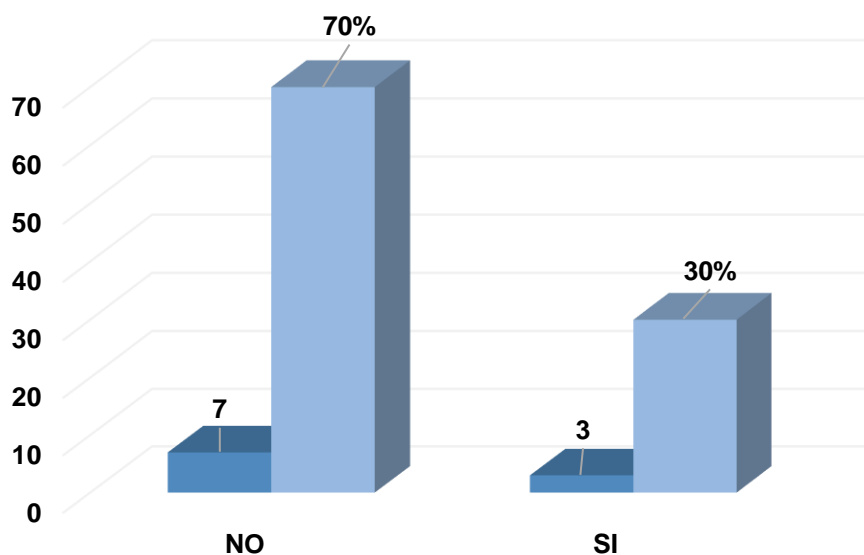
CUADRO N° 18

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	7	70%
SI	3	30%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 18



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 30% de los encuestados manifiestan que el transporte de productos si es el correcto, mientras que el 70% manifiesta que no es el correcto.

Esto es debido a que el transporte de los productos no se realiza de una manera adecuada, por lo que ocasiona pérdida de productos y la insatisfacción de los clientes.

EFICIENCIA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

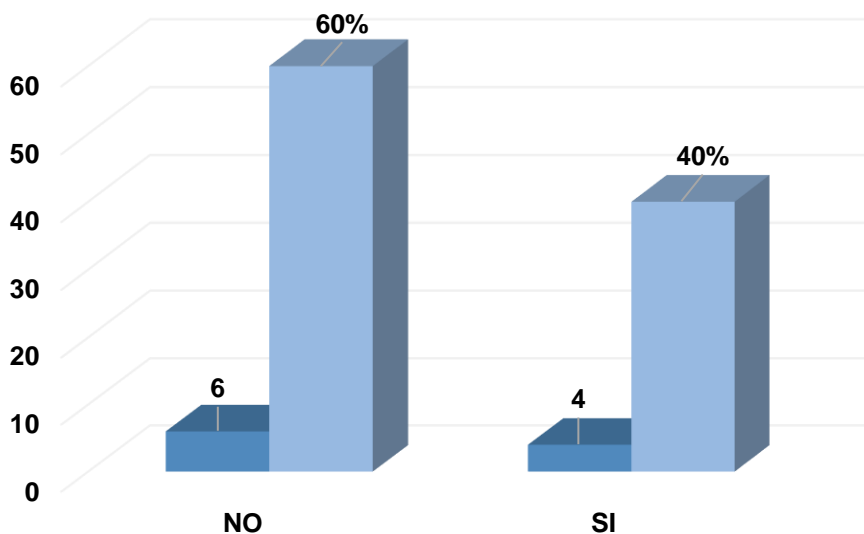
CUADRO N° 19

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	6	60%
SI	4	40%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 19



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 40% de los encuestados manifiestan que el canal de distribución si realizan sus labores de manera eficiente, mientras que el 60% manifiesta que no.

Esto se debe a que el canal de distribución ha venido realizando sus labores de manera deficiente tanto en los pedidos como en la distribución de productos.

CANTIDAD DE INTERMEDIARIOS PARA EL PROCESO DE PEDIDOS

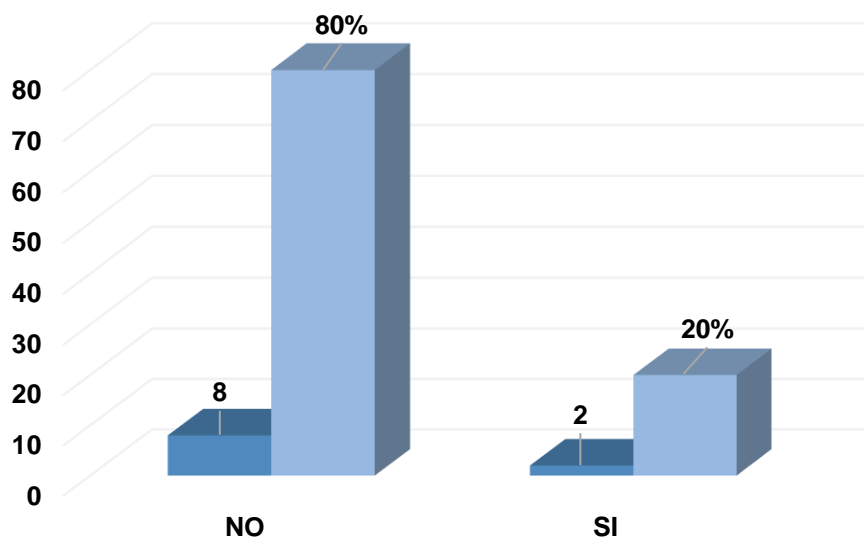
CUADRO N° 20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	8	80%
SI	2	20%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 20



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 20% de los encuestados manifiestan que los intermediarios si son los suficientes para realizar el proceso de pedidos, mientras que el 80% manifiesta que no son los suficientes.

Esto se debe a que el proceso de pedidos ha ocasionado disconformidad en los clientes, ya que los intermediarios no son los suficientes para cubrir con todos los clientes.

SELECCIÓN DEL NIVEL DE INTERMEDIARIOS

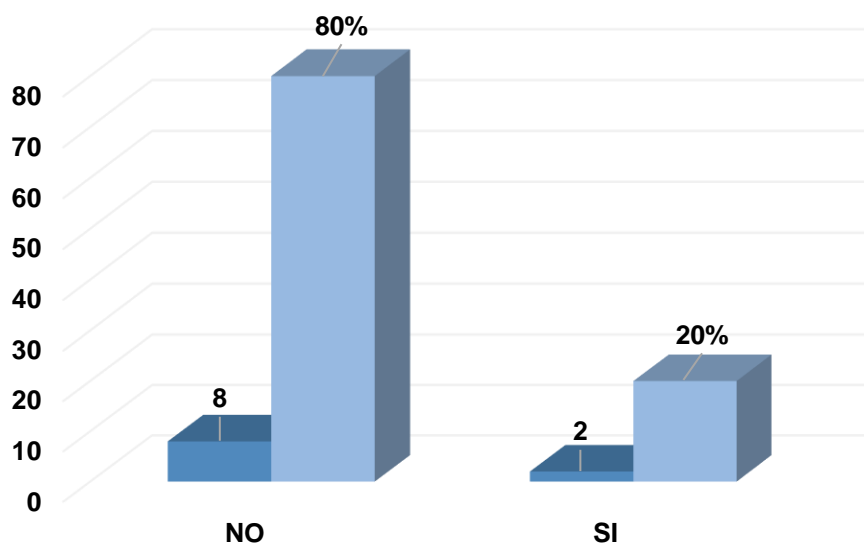
CUADRO N° 21

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	8	80%
SI	2	20%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 21



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 20% de los encuestados manifiestan que el nivel de intermediarios si es el adecuado para la empresa, mientras que el 80% manifiesta que no es el adecuado.

Esto se debe a que no existe una buena relación con los clientes al momento de realizar los pedidos, lo cual dificulta el proceso de distribución.

INFLUENCIA DE LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL ALMACÉN EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

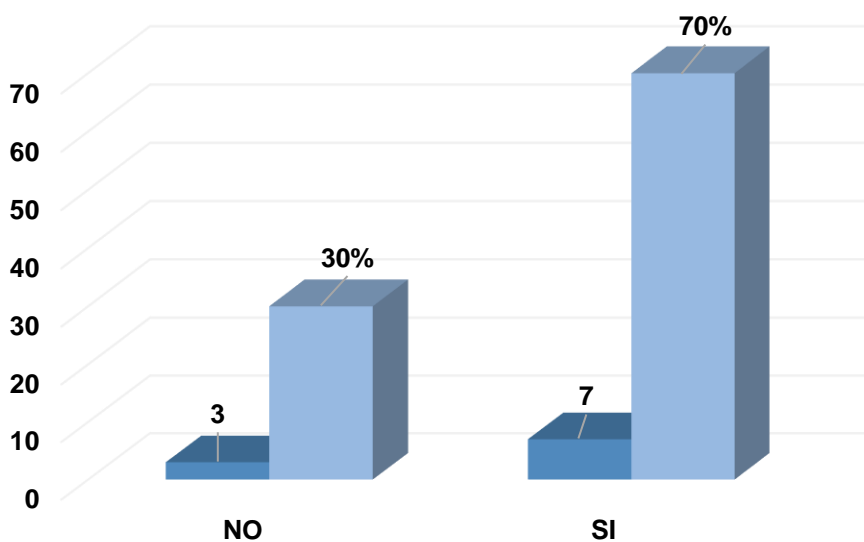
CUADRO N° 22

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
NO	3	30%
SI	7	70%
Total	10	100%

Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 22



Fuente : Encuesta

Elaboración : Tesista

Análisis e Interpretación:

Por tanto en la encuesta realizada se puede observar que el 70% de los encuestados manifiestan que la planificación y organización, la dirección y el control en la gestión de almacén si influyen en el proceso de distribución, mientras que el 30% manifiesta que no influyen.

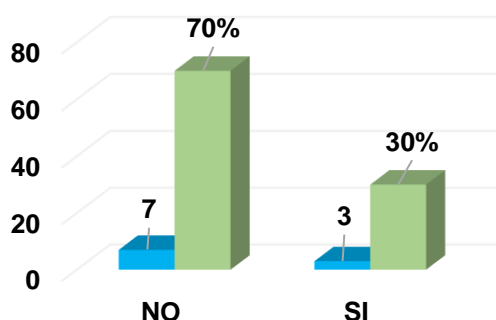
Esto es debido a que los estudios realizados en la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. efectivamente muestran la influencia que existe.

4.2. Contratación de Hipótesis General

ITEM N° 12: ¿La gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución?

GRÁFICO N° 06

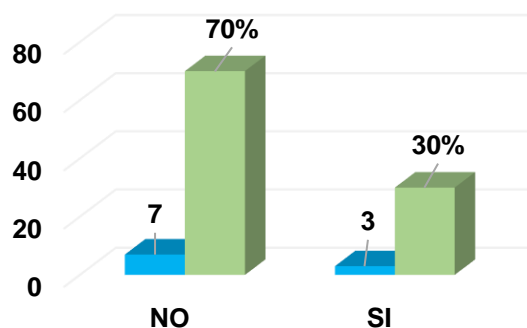
Control Previo en el almacenamiento mediante el kardex



Fuente : Encuesta
Elaboración : Tesista

GRÁFICO N° 16

Rotación de inventarios en el proceso de pedidos



Fuente : Encuesta
Elaboración : Tesista

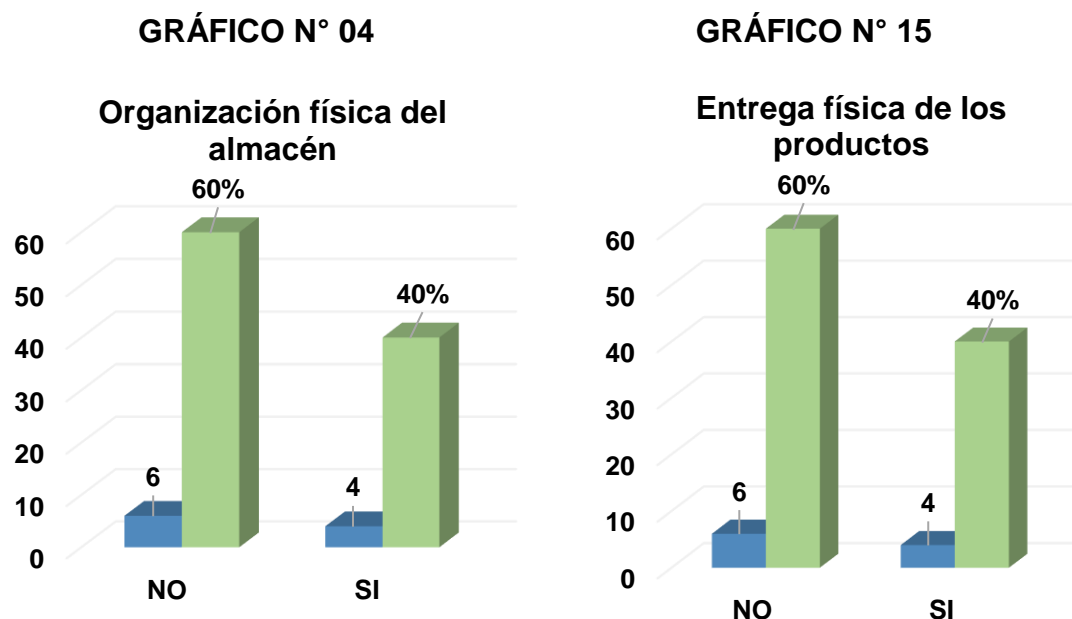
La hipótesis general planteada fue: La Gestión de Almacén influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. La hipótesis es confirmada a través de los resultados obtenidos en el gráfico N° 06, donde el 70% de los encuestados manifiestan que no realizan un control previo durante el almacenamiento de productos mediante el kardex, lo que dificulta las actividades y procesos en la gestión de almacén, y según el gráfico N° 16 se puede observar que el 70% manifiestan que no se ejecuta una rotación de inventarios en el proceso de pedidos, por lo que limita a cumplir las actividades en el proceso de distribución.

Por lo cual el contar con una gestión de almacén eficiente es muy importante porque le permite a la empresa cumplir sus objetivos, ya que el proceso de distribución se llevará a cabo de manera eficiente y la satisfacción a sus clientes será la más óptima.

4.2.1. Contrastación de Hipótesis Específicas

Hipótesis específica N° 01

La Planificación y Organización influyen significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco 2016.



Lo cual se comprobó según el gráfico N° 04 donde el 60% de los encuestados manifiestan que la organización física del almacén no se encuentra en buenas condiciones, debido a eso las actividades en la de distribución presentan dificultades por no tener bien diseñado el almacén, también se observa en el gráfico N° 15 donde el 60% de los encuestados manifiestan que la entrega de productos no se da en buenas condiciones, por lo que al momento de ejecutar la distribución de productos se encuentran faltante de productos.

Hipótesis específica N° 02

La Dirección influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco 2016.

GRÁFICO N° 06

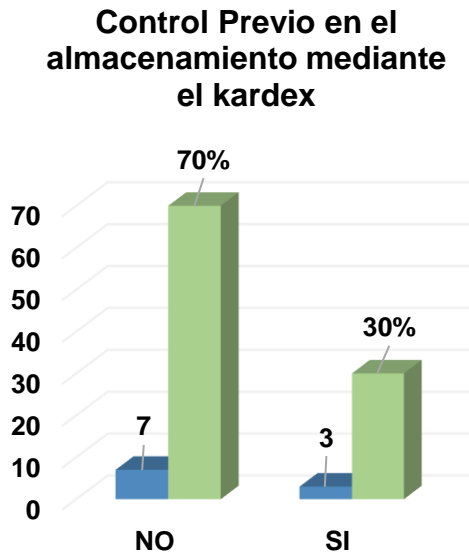
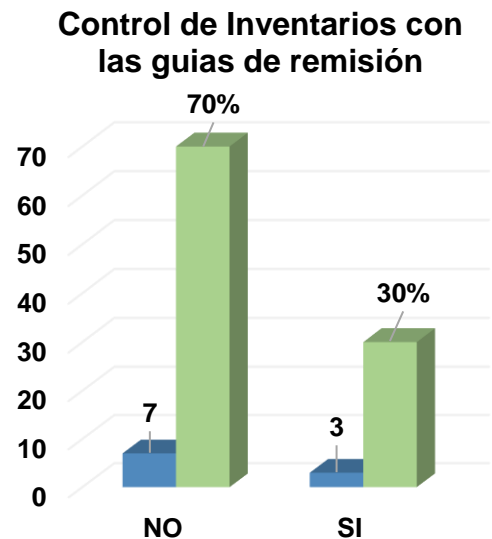


GRÁFICO N° 17



Como comprobamos en el gráfico N° 06 y anexo N° 07 donde el 70% de los encuestados manifiestan que no realizan un control previo durante el almacenamiento mediante el kardex, debido a la cantidad y dimensión de los productos que se recepciona y almacena y por ende va a ocasionar errores en la distribución, lo cual también se observa en el gráfico N° 17 donde el 70% de los encuestados manifiestan no realizan un control de inventarios mediante las guías de remisión, por lo que al momento de realizar la distribución de productos se encuentra deterioro y caducidad de los mismos.

Hipótesis específica N° 03

El Control influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco 2016.

GRÁFICO N° 08

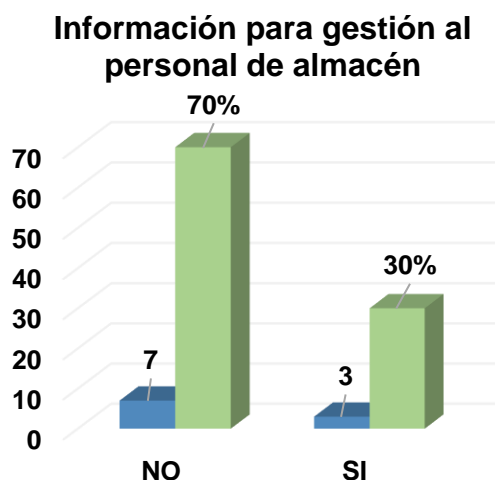
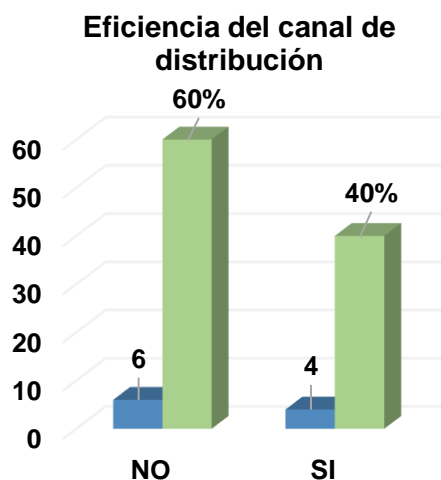


GRÁFICO N° 19



Comprobamos según el gráfico N° 08 donde el 70% de los encuestados manifiestan que la información recibida para gestión al personal de almacén mediante las capacitaciones no resulta ser eficaz, por lo que limita que se pueda cumplir la distribución de manera eficiente por no ser bien capacitados. De igual forma según el gráfico N° 08 en comparación al gráfico N° 19 puede verse que el 60% de los encuestados manifiestan que el canal de distribución no realiza sus labores de manera eficiente debido a que no reciben la información necesaria en las capacitaciones y por ende la distribución de no se da de manera correcta.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de esta investigación comprueban la hipótesis propuesta. Según la manifestación de los trabajadores la gestión de almacén influye significativamente en un 80% en el proceso de distribución de la Empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. (cuadro y gráfico N° 12).

En relación a la encuesta realizada a los trabajadores sobre el diseño de almacenamiento, el 60% (cuadro y gráfico N° 01) nos indican que no es el adecuado para la empresa, es decir que el diseño de almacén empleado limita las actividades de los trabajadores debido a que el ambiente de trabajo no es el adecuado, lo cual es confirmado por Díaz (1999) en donde manifiesta que la estructuración de un almacén debe tener un ambiente de trabajo agradable y prevea una fácil ampliación en el futuro.

En cuanto a la información para gestión recibida mediante capacitaciones otorgadas por la empresa al personal del almacén, el 70% (cuadro y gráfico N° 08) indican que no resulta ser eficaz; es decir los trabajadores no realizan de manera adecuada sus funciones, la misma que concuerda con los estudios de la tesis desarrollada por Coragua (2016), donde manifiesta que el personal encargado de los almacenes tiene un nivel de capacitación bajo en cuanto al trabajo que realizan, por lo que están en proceso de aprendizaje.

Con respecto a la identificación de ubicaciones dentro del almacén el 80% (cuadro y gráfico N° 09) manifiestan que no cuentan con las máquinas y equipos necesarios para ejecutar las operaciones, lo cual concuerda con los estudios de Coragua (2016) en su tesis titulada: Sistema de Control Interno operativo en almacenes para mejorar la gestión de inventarios de la Empresa Agropecuaria Chimú S.R.L. de la Ciudad de Trujillo, en la que manifiesta que la falta de equipos y maquinas en los almacenes, dificulta la eficiente realización de las funciones y procedimientos establecidos.

De los resultados obtenidos se puede comprobar también que de la tecnología utilizada por la empresa en el almacén, el 70% (cuadro y gráfico N° 11) manifiestan que no cumplen con las expectativas esperadas, limitando así conseguir los objetivos empresariales, la misma que concuerda con los estudios realizados de Perfecto (2013) en su tesis titulada: Gestión Logística y Control de Almacén en Inversiones Kanazawa S.C.R.L., donde manifiesta la necesidad de implementar un sistema de control de acuerdo al avance de la tecnología para los negocios y el registro en los almacenes.

En cuanto al plazo establecido de entrega de los productos vendidos, el 70% (cuadro y gráfico N° 13) nos indican que no se da en el tiempo establecido, limitando de esta manera que se pueda crear la utilidad de tiempo porque dificulta la entrega de los pedidos, lo cual es confirmado por Portal (2011) en donde manifiesta que el objetivo que persigue la distribución es poner el producto a disposición del consumidor final, en el momento en el que lo necesite.

En relación a la encuesta realizada a los trabajadores sobre el transporte de productos, el 70% (cuadro y gráfico N° 18) nos indican que no es el correcto, es decir que el transporte de productos no es seguro ya que ocasiona pérdida de productos, lo cual concuerda con lo que dice Portal (2011) en donde manifiesta que la seguridad del transporte es de gran importancia ya que crea beneficios de tiempo y lugar para sus productos.

CONCLUSIONES

1. Según los resultados obtenidos, se determina que efectivamente la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco, ya que una buena gestión de almacén mejora las funciones de los trabajadores, y así permita que se puedan cumplir con los objetivos trazados, y contribuyan en el proceso de distribución.
2. Se determina que la planificación y organización influyen en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. Esto debido a que la planificación y organización permite que los trabajadores puedan tener bien definido sus funciones en el diseño, tamaño, ubicación y organización física del almacén, y así las actividades proyectadas sean posibles de poder cumplirlas.
3. Se determina que la dirección influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. Esto debido a que la dirección permite que los trabajadores practiquen de manera eficiente las actividades de recepción, almacenamiento y movimiento de los productos dentro del almacén, lo cual contribuye para que el proceso de distribución se lleve con total normalidad.
4. Se determina que el control influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. Esto debido a que el control permite que la empresa pueda cumplir con las funciones predeterminadas como es la información para gestión, la identificación de ubicaciones y la tecnología en la gestión de almacenes, para que así el proceso de distribución sea el más eficiente.

5. Las capacitaciones que realiza la empresa comercial, en base a la información para gestión al personal de almacén no resulta eficaz, ya que la persona a cargo lo realiza solo el gerente general, o en algunas ocasiones por los mismos trabajadores, por lo tanto limitan el cumplimiento de las funciones establecidas.

RECOMENDACIONES

1. Mejorar el sistema de gestión de almacén con la finalidad de contar con un mejor proceso de distribución. Esto permitirá a los trabajadores llevar un control adecuado del almacén al momento de recepcionar los productos y realizar los pedidos.
2. La empresa comercial debe mejorar la planificación y organización en la gestión de almacén con la finalidad de conseguir un eficiente proceso de distribución, es decir que los trabajadores deben definir bien sus funciones para que el diseño, tamaño, ubicación y organización física del almacén no tengan ningún inconveniente al realizar sus actividades.
3. La empresa comercial debe mejorar la dirección en la gestión de almacén, para que el proceso de distribución se realice de manera adecuada, es decir que los trabajadores deben poner en práctica la recepción, almacenamiento y movimiento de productos para así evitar retrasos al momento de distribuir los productos.
4. Para lograr mayor eficiencia de control en la gestión de almacén la empresa comercial debe mejorar la información para gestión, la identificación de ubicaciones y la tecnología en la gestión de almacenes, para que la empresa pueda fidelizar a sus clientes y tener mayor posicionamiento en el mercado.
5. Las capacitaciones que realiza la empresa comercial, deben ser realizados por expertos en el campo de manera constante y contener la información para gestión exacta y necesaria para que los trabajadores realicen sus labores de manera eficiente y eficaz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Díaz Matalobos, Á. (1999). *Gerencia de inventarios*. Caracas: Ediciones IESA.
- ✓ Espinoza, Orlando. (2011). *La administración eficiente de los Inventarios*. 1° Edición. Madrid. Editorial La Ensenada.
- ✓ Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México.
- ✓ Poirier, C. y Reiter, S. (1996). *Supply Chain Optimization: Building the strongest total busi-ness*. San Francisco, CA: Berrett-Koheler.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- ✓ Caraballo, H. (13 de setiembre de 2015). *Diseño de un Sistema de Control Interno*. Obtenido de: <http://haydecaraballo.blogspot.pe/2015/09/republica-bolivariana-de-venezuela.html>
- ✓ Thompson, I. (2007). *Distribución*. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>
- ✓ Portal, C. (22 de junio de 2011). *Gestión de Stocks y Almacenes*. GestioPolis. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-inventario-stocks-y-almacenes/>

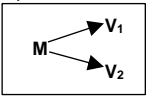
- ✓ Portal, C. (29 de junio de 2011). *Gestión de Stocks y Almacenes*. GestioPolis. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/transporte-interno-materiales-distribucion-productos-terminados/>
- ✓ Zavaleta, C. (2013). *Influencia de la implementación de un sistema de control interno en el área de almacén de las empresas comerciales del Perú*. Chimbote. Recuperado de: [file:///C:/Users/ray/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(19\).pdf](file:///C:/Users/ray/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(19).pdf)

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ Bello. V. y Caro. J. (2011). *Diseño de un modelo de gestión para el control de inventarios y distribución física del almacén de productos en la Empresa Distribuidora Colombia LTDA*. Universidad de Cartagena.
- ✓ Coragua, M. (2016). *Sistema de control interno operativo en almacenes, para mejorar la gestión de inventarios de la Empresa Agropecuaria Chimú S.R.L. de la ciudad de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo.
- ✓ Florián, S. (2016). *El sistema de control interno y su incidencia en la mejora de la gestión de almacén de la Empresa Constructora Corporación Omega Contratistas Generales S.A.C*. Universidad Nacional de Trujillo.
- ✓ Morales, J. (2016). *Sistema de control interno y gestión de inventario en el Almacén de Pinturas PINTUIMPORT en la Ciudad de Santo Domingo*. Universidad Regional de los Andes - Ecuador.
- ✓ Perfecto, A. (2013). *Gestión logística y control de almacén en inversiones KANAZAWA S.C.R.L*. Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

ANEXOS

ANEXO 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA
TESIS: “GESTIÓN DE ALMACÉN Y EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES
MARTINEZ E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO – 2016”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿De qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?</p> <p>Problemas Específicos - ¿De qué manera la Planificación y Organización influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco? - ¿De qué manera la Dirección influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco? - ¿De qué manera el Control influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco?</p>	<p>Objetivo General Determinar de qué manera la gestión de almacén influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.</p> <p>Objetivos Específicos - Determinar de qué manera la Planificación y Organización influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. - Determinar de qué manera la Dirección influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. - Determinar de qué manera el Control influye en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.</p>	<p>Hipótesis General La gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.</p> <p>Hipótesis Específicas - La Planificación y Organización influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. - La Dirección influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco. - El Control influye significativamente en el proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.</p>	<p>V. INDEP. Gestión de Almacén</p>	Planificación y Organización	Diseño	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>ENFOQUE Es de enfoque cuantitativo</p> <p>ALCANCE O NIVEL Es de nivel descriptivo correlacional</p> <p>DISEÑO El diseño es No experimental</p>  <p>POBLACIÓN La población está conformada por 12 trabajadores de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. – Huánuco 2016.</p> <p>MUESTRA La muestra está conformada por 10 trabajadores del área de almacén y distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. – Huánuco 2016.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS La encuesta El cuestionario</p> <p>TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN Microsoft Excel</p>
					Ubicación	
					Tamaño	
					Organización física	
				Dirección	Recepción	
					Almacenamiento	
					Movimiento	
				Control	Información para gestión	
					Identificación de Ubicaciones	
					Visibilidad y Trazabilidad	
					Tecnología	
			<p>V. DEP. Proceso de Distribución</p>	Utilidades de distribución	Tiempo	
					Lugar	
					Posesión	
				Canal de distribución	Proceso de Pedidos	
					Inventario	
					Transporte de Productos	
				Sistema de distribución	Clasificación del canal	
					Intermediarios	
					Nivel de Intermediarios	

ANEXO 02

CUESTIONARIO

Estimado trabajador (a), el presente cuestionario tiene el propósito de medir la Gestión de almacén y su influencia en el Proceso de distribución de la empresa Distribuciones Martínez E.I.R.L. de la ciudad de Huánuco.

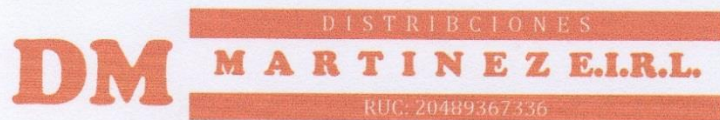
Lea detenidamente las preguntas y responda según crea conveniente, con las siguientes alternativas.

N°	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿El diseño de almacenamiento es el adecuado para la empresa?		
2	¿Está de acuerdo con la ubicación del almacén?		
3	¿El tamaño o capacidad del almacén abastece para todo los productos?		
4	¿La organización física del almacén se encuentra en buenas condiciones?		
5	¿La recepción de productos influye en el proceso de distribución?		
6	¿Realizan un control previo mediante el kardex durante el almacenamiento de los productos?		
7	¿Los movimientos de los productos en el almacén influyen en el sistema de distribución?		
8	¿La información para gestión recibida mediante capacitaciones al personal de almacén es eficaz?		
9	¿Cuenta con las máquinas y equipos necesarios para la identificación de ubicaciones dentro del almacén?		
10	¿Realizan una codificación de los productos, para que la visibilidad y trazabilidad sean factibles?		
11	¿La tecnología que utiliza la empresa en el almacén cumple con las expectativas?		
12	¿La gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución?		

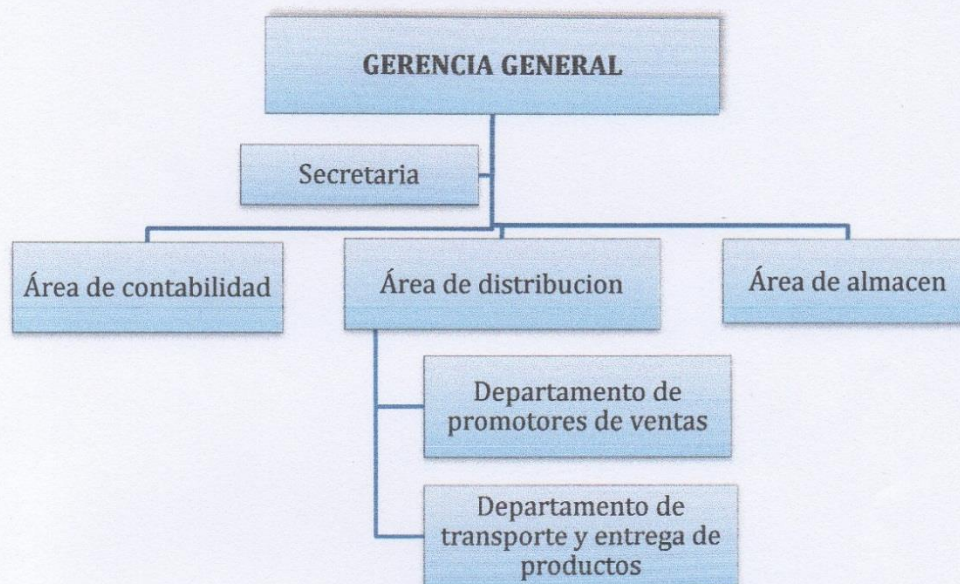
13	¿Los productos vendidos son entregados dentro del plazo establecido, con los comprobantes de pago correspondientes?		
14	¿La empresa genera aproximación de sus productos a los consumidores?		
15	¿La entrega física de los pedidos se realiza en buenas condiciones?		
16	¿Se ejecuta la rotación de inventarios en el proceso de pedidos?		
17	¿La empresa realiza un control de inventarios, mediante las guías de remisión?		
18	¿El transporte de productos es el correcto?		
19	¿El canal de distribución realiza sus labores de manera eficiente?		
20	¿Los intermediarios son los suficientes para realizar el proceso de pedidos?		
21	¿El nivel de intermediarios es el adecuado para la empresa?		
22	¿La Planificación y Organización, La Dirección y El Control en la gestión de almacén influye significativamente en el proceso de distribución?		

ANEXO 03

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



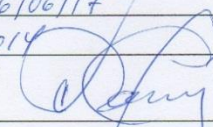
"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"




DISTRIBUCIONES MARTINEZ
Alejandro Gustavo Martínez Blanco
GERENTE

ANEXO 04


FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS						
APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE	CARGO O INSTITUCIÓN DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	AUTOR DEL INSTRUMENTO			
RAMIREZ COBRERA Victoria MANUEL	UOH DOCENTE	FICHA DE VALIDACIÓN	FALCÓN INOCENCIO FRANZ GERMAN			
TÍTULO:	"GESTIÓN DE ALMACÉN Y EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO. 2016"					
II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN						
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
Claridad	Está formulado por lenguaje apropiado.				X	
Objetividad	Está observado en conductas observables.			X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
Organización	Existe una organización lógica.				X	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la variable.			X		
Consistencia	Basados en aspectos teórico científicos.			X		
Coherencia	Entre los ítems, indicadores y dimensiones.			X		
Metodológico	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			X		
Oportunidad	Es útil y adecuado para la investigación.			X		
III. OPINION DE APLICACIÓN						
El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado						
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado						
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN						
BUENO						
LUGAR: Hco. 06/06/17						
DNI: 22423014						
FIRMA DEL EXPERTO 						
TELÉFONO: 962916946						

ANEXO 05



DM MARTINEZ
DISTRIBUCIONES E.I.R.L.
Jr. 28 DE JULIO N° 1295 Telef./Fax: 510049 - HUÁNUCO



ADAMS
Frito Lay

R.U.C. 20489367336

NOTA DE CREDITO

002- N° 000025

Fecha: 14 DE OCT DEL 2016
 CLIENTE(S): SUPERMERCADO MIX S.R.L. Vd: 2
 DIRECCION: JR. TARAPACA 550 LOCALIDAD: HUÁNUCO
 R.U.C. ...: 20362427798


REFE: FAC-3-000772

COD.C: 00179

N/C-2-0025

F.EM: 24/09/2016

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRESENTAC	P. UNIT	D.PGD	D.ESC	P.VENTA
86	1 CJA y 0 Unid	BON O BON MIX 12x30x16G.	CJA X 12	182.7600			182.76



SON: CIENTO OCHENTA Y DOS Y 76/100 NUEVOS SOLES S.E.U.D.

** POR DEVOLUCION DE MERCADERIA **

VALOR DE VENTA	I.G.V.: EXO	TOTAL
182.76	0.00	182.76

Imprenta
ultimedios S.A.C.
7 PROGRESO 577 28 02 512936
R.U.C. 20285485917
HUÁNUCO

002 - del 000001 al 000500
Autorización SUNAT :
N° 0056138191
Fecha Impresión
15/09/2012

"BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA"

RECEPCIÓN DE LA NOTA DE CRÉDITO
 Apellidos y Nombres de quien recepciona la nota de crédito:
Guillermo Valverde Elizabet
 D.N.I. *10270636* Fecha de recepción: *14/10/16*

EMISOR

COPIA SIN DERECHO AL CREDITO FISCAL DEL I.G.V

DM **DISTRIBUCIONES**
MARTINEZ E.I.R.L.
Jr. 28 DE JULIO N° 1295 Telef./Fax: 510049 - HUÁNUCO



R.U.C. 20489367336

NOTA DE CREDITO

002-

N° 000023

Fecha: 05 DE ABO DEL 2016

SEÑOR(ES): SUPERMERCADO MIX S.R.L.

vd: 2

DIRECCION: JR. TARAPACA 350

LOCALIDAD: HUÁNUCO

R.U.C.: 20362427798

REFE: PAL-2-033/15

CODIGO: 001/9

IVC-2-0023

F.EF: 03/08/2016

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRESENTAC	P. UNIT	D.PGO	D.ESC	P.VENTA
1331	0 CJA y 7 Unid	ROYAL ZOCR. BAKING POWDER UNFL	CJA X 10	155.5100			108.86

SOM: CIENTO OCHO Y 86/100 NUEVOS SOLES

S.E.U.O.

*** POR DEVOLUCION DE MERCADERIA ***

VALOR DE VENTA	I.G.V.: EXD	TOTAL
108.86	0.00	108.86

Imprenta
ultimedios S.A.C.
J. PROGRESO 572 20 082 312784
R.U.C. 20285485917
HUÁNUCO

002 - del 000001 al 000500
Autorización SUNAT :
N° 0056138191
Fecha Impresión
15/09/2012

"BIENES
TRANSFERIDOS
EN LA AMAZONIA
PARA SER
CONSUMIDOS
EN LA MISMA"

RECEPCIÓN DE LA NOTA DE CRÉDITO


Apellidos y Nombres de quien recepciona la nota de crédito:

Sevilla Valverde Elizabeth Dms
D.N.I. 10770625 Fecha de recepción: 05/08/16

EMISOR

COPIA SIN DERECHO AL CREDITO FISCAL DEL I.G.V

ANEXO 06



DEPOSITO
Jr. Victor Reynel N° 500 - Lima - Lima - Lima

DOMICILIO FISCAL
AV. MAQUINARIAS 2360 LIMA
Urb. Conde De las Torres - LIMA Lima CERCADO DE LIMA
Telef: (51) 1 - 612 4040
Fax: 612-4060, 612-4056
www.chocolates.com.pe

RUC: 20514584789

NOTA DE CRÉDITO ELECTRÓNICA

Nro. F363-1000947

Razón Social: DISTRIBUCIONES MARTINEZ E I R L		Vendedor: DAVID RICARDO SALVADOR	
Dirección: JR 28 DE JULIO 1295		Fecha: 27-ABR-2016	
Distrito: Huanuco Huanuco HUANUCO			
Cód Cliente: 0010325430			
RUC: 20489367336			
Telf. / Fax: (062)510049			

FACTURA N°	FECHA FACT.	COD. MOTIVO	MOTIVO DE NOTA	PED. NOTA	OF. VENTAS	ORDER C.	FECHA ORDER C.
F360-1004219	09/04/2016	07	Devol. Buen Estado	7096758407	Perú	INT-07/04/2016	27/04/2016

REF.	DESCRIPCIÓN FACT.	UN	% I.G.V.	CANTIDAD	VALOR NETO UNIT	VALOR TOTAL
1013939	Glima.TikysGlobo Adivinan 36dpx100ux3.6g	UN	18.00	180.00	4.92	715.12

DOCUMENTO SAP	FIRMA	FIRMA	TOTAL BRUTO	TOTAL DISCTO.	TOTAL VALOR NETO	S/ 715.12
3631000947	FPMODONAYRE		885.60	S/ - 170.48	TOTAL I.G.V. 18.00%	S/ 128.72
OBSERVACIONES					VALOR TOTAL	S/ 843.84
D.S. 091-2013-EF DESIGNADO AGENTE DE PERCEPCIÓN :					PERCEPCIÓN (%)	S/ 0.00
SON: OCHOCIENTOS CUARENTA Y TRES CON 84/100 SOL PERUANO					VALOR A PAGAR:	S/ 843.84
RESUMEN		BRNkBOjy8t6fpr4ImpX77oL9/mo=				



Emitido a través de



Representación impresa de la nota de crédito electrónica, consulte en www.efact.pe
Autorizado mediante la Resolución de intendencia N° 0340050001931/SUNAT

M



RUC 20191308868

Nota de crédito electrónica

N° F028-00000244

ARCOR DE PERU

Nombre comercial ARCOR
Dirección Fiscal AV. GUILLERMO PRESCOTT 325 SAN ISIDRO
Número documento afectado F025-00000442
Número documento modificado F025-00000442

Fecha emisión 09/08/2016
Motivo Devolución por ítem
Tipo doc. modificado Factura electrónica

Ciente

DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L.

RUC 20489367336

Email dm2012_3@hotmail.com

Detalle

N°	Código del producto	Unidad de medida	Cant.	Descripción	Valor unitario	Precio unitario	Precio unitario no oneroso	Valor venta
1	08315701	BX	30,00	DISPLAY BOB COCO 12x30x15g	131,67	155,37	0,00	3.950,10
Impuesto IGV Gravado - Operación onerosa					Total impuesto	711,02		

Impuestos totales

Código IGV IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Total IGV 696,80

Importes totales

Total operaciones gravadas 3.871,10
Total operaciones descuentos 79,00

CUATRO MIL QUINIENTOS SESENTA Y SIETE SOLES 90/100

Importe total 4.567,90

Representación impresa de la Nota de crédito electrónica, consulte en www.sunat.gob.pe

Moneda de facturación en Soles

Emisor autorizado mediante la resolución con fecha

documento.xml

Valor resumen OyDUj0EdEspLDod3TdquyucMUmRY=

Núm. documento F028-00000244 Fecha de impresión: 18/08/2016 15:42:43 Tipo doc. nota de crédito electrónica Página 1

ANEXO 07

DISTRIBUCIONES MARTINEZ

Jr. 28 DE JULIO # 1295

Página 1

12.1: REGISTRO DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS - DETALLE DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS

PERIODO : DEL 01/10/2016 Al: 31/10/2016

RUC: 20489367336

RAZON SOCIAL: DISTRIBUCIONES MARTINEZ

ESTABLECIMIENTO: Jr. 28 DE JULIO # 1295 - HUANUCO

CODIGO DE LA EXISTENCIA: 1293

TIPO: MERCADERIA

DESCRIPCION: AJINOMEN SOPA CAMARON 24 PQTE *86GR

UNIDAD DE MEDIDA: CJA X 24

METODO EVALUACION: PEPS

DOCUMENTO DE TRASLADO, COMPROBANTE DE PAGO DOCUMENTO INTERNO O SIMILAR				TIPO DE OPERACION	ENTRADAS CANTIDAD	SALIDAS CANTIDAD	SALDO FINAL CANTIDAD
FECHA	TIPO DOC	SERIE	NUMERO				
01/10/2016	00	000	000000000	16			0.021
07/10/2016	03	002	000239411	01		0.012	0.009
28/10/2016	03	002	000240692	01		1.000	2.009
10/10/2016	01	002	000013912	02	3.000		3.009
TOTALES:					3.000	1.012	3.009

12.1: REGISTRO DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS - DETALLE DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS

PERIODO : DEL 01/10/2016 Al: 31/10/2016

RUC: 20489367336

RAZON SOCIAL: DISTRIBUCIONES MARTINEZ

ESTABLECIMIENTO: Jr. 28 DE JULIO # 1295 - HUANUCO

CODIGO DE LA EXISTENCIA: 1260

TIPO: MERCADERIA

DESCRIPCION: AJINOMEN SOPA CARNE 24 PQTE * 86GR.

UNIDAD DE MEDIDA: CJA X 24

METODO EVALUACION: PEPS

DOCUMENTO DE TRASLADO, COMPROBANTE DE PAGO DOCUMENTO INTERNO O SIMILAR				TIPO DE OPERACION	ENTRADAS CANTIDAD	SALIDAS CANTIDAD	SALDO FINAL CANTIDAD
FECHA	TIPO DOC	SERIE	NUMERO				
01/10/2016	00	000	000000000	16			9.021
01/10/2016	03	002	000238991	01		0.012	9.009
01/10/2016	03	002	000239030	01		1.000	8.009
03/10/2016	03	002	000239110	01		0.012	7.021
03/10/2016	01	002	000034077	01		4.000	3.021
04/10/2016	03	002	000239189	01		1.000	2.021
07/10/2016	03	002	000239411	01		0.012	2.009
10/10/2016	03	002	000239513	01		1.000	1.009
10/10/2016	03	002	000239544	01		1.000	0.009
10/10/2016	01	002	000034122	01		10.000	-9.015
17/10/2016	03	002	000239960	01		0.012	19.021
18/10/2016	03	002	000240084	01		1.000	18.021
25/10/2016	03	002	000240427	01		1.000	17.021
28/10/2016	03	002	000240653	01		0.012	17.009
29/10/2016	03	002	000240733	01		0.012	16.021
29/10/2016	03	002	000240748	01		1.000	15.021
10/10/2016	01	002	000013912	02	30.000		20.009
TOTALES:					30.000	21.072	20.009

12.1: REGISTRO DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS - DETALLE DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS

PERIODO : DEL 01/10/2016 Al: 31/10/2016

RUC: 20489367336

RAZON SOCIAL: DISTRIBUCIONES MARTINEZ

ESTABLECIMIENTO: Jr. 28 DE JULIO # 1295 - HUANUCO

CODIGO DE LA EXISTENCIA: 1288

TIPO: MERCADERIA

DESCRIPCION: AJINOMEN SOPA COSTILLA DE RES 24*86G

UNIDAD DE MEDIDA: CJA X 24

METODO EVALUACION: PEPS

DOCUMENTO DE TRASLADO, COMPROBANTE DE PAGO DOCUMENTO INTERNO O SIMILAR				TIPO DE OPERACION	ENTRADAS CANTIDAD	SALIDAS CANTIDAD	SALDO FINAL CANTIDAD
FECHA	TIPO DOC	SERIE	NUMERO				
01/10/2016	00	000	000000000	16			1.001
26/10/2016	03	002	000240545	01		0.012	0.013
29/10/2016	03	002	000240733	01		0.012	0.001
TOTALES:					0.000	0.024	0.001

12.1: REGISTRO DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS - DETALLE DEL INVENTARIO PERMANENTE EN UNIDADES FISICAS

PERIODO : DEL 01/10/2016 Al: 31/10/2016

RUC: 20489367336

RAZON SOCIAL: DISTRIBUCIONES MARTINEZ

ESTABLECIMIENTO: Jr. 28 DE JULIO # 1295 - HUANUCO

CODIGO DE LA EXISTENCIA: 1292

TIPO: MERCADERIA

DESCRIPCION: AJINOMEN SOPA GALL. CRIOLLA 24 PQTE.

UNIDAD DE MEDIDA: CJA X 24

METODO EVALUACION: PEPS

DOCUMENTO DE TRASLADO, COMPROBANTE DE PAGO DOCUMENTO INTERNO O SIMILAR				TIPO DE OPERACION	ENTRADAS CANTIDAD	SALIDAS CANTIDAD	SALDO FINAL CANTIDAD
FECHA	TIPO DOC	SERIE	NUMERO				
01/10/2016	00	000	000000000	16			0.011
10/10/2016	01	002	000013912	02	10.000		10.011
TOTALES:					10.000	0.000	10.011

ANEXO 08

SOLICITO: Permiso para realizar la encuesta de investigación

SEÑOR GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L. - HUÁNUCO.
S.G.

FALCÓN INOCENCIO, Franz Germán, identificado con DNI. N° 73603034, con domicilio en el Jr. Los Ángeles Mz. E Lt. 1 del AA.HH. Leoncio Prado - Las Moras, ante Ud. con el debido respeto me presento y expongo:

Que, habiendo realizado el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARTINEZ E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO.** Solicito permiso para realizar la encuesta de investigación a los trabajadores del área de almacén y distribución, requisito para poder realizar el procesamiento de datos y poder concluir con el informe final de investigación.

Agradeciéndole desde ya, todo el apoyo y las facilidades brindadas a mí persona para la culminación de mi investigación, me suscribo de Ud. deseándole una buena gestión edil.

POR LO EXPUESTO:

Pido a Ud. acceder a mi solicitud por ser de justicia que espero alcanzar.

Huánuco, 06 de junio del 2017.

Recibi 06/06/17

DISTRIBUCIONES MARTINEZ


Alesón Gustavo Martínez Biano
GERENTE



FALCÓN INOCENCIO, Franz Germán
DNI. N° 73603034